Supplemento ordinario alla "Gazzetta Ufficiale" n. 76 del 31 marzo 2001 - Serie generale

Spediz. abb. post. 45% - art. 2, comma 20/b
Legge 23-12-1996, n. 662 - Filiale di Roma

DELLA REPUBBLICA ITALIANA

PARTE PRIMA Roma - Sabato, 31 marzo 2001 SI PUBBLICA TUTTI I GIORNI NON FESTIVI

DIREZIONE E REDAZIONE PRESSO IL MINISTERO DELLA GIUSTIZIA - UFFICIO PUBBLICAZIONE LEGGI E DECRETI - VIA ARENULA 70 - 00100 ROMA
AMMINISTRAZIONE PRESSO L'ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO - LIBRERIA DELLO STATO - PIAZZA G. VERDI 10 - 00100 ROMA - CENTRALINO 06 85081

N. 65

MINISTERO DELLE FINANZE

DECRETO 16 febbraio 2001.

Decreti concernenti l'approvazione degli studi di settore relativi ad attività economiche nel settore del commercio, delle manifatture e dei servizi e l'individuazione delle aree territoriali omogenee in relazione alle quali differenziare le modalità di applicazione degli studi di settore.

SOMMARIO

MINISTERO DELLE FINANZE

DECRETI, DELIBERE E ORDINANZE MINISTERIALI

MINISTERO DELLE FINANZE

DECRETO 16 febbraio 2001.

Approvazione di nove studi di settore relativi ad attività imprenditoriali nel settore del commercio.

IL MINISTRO DELLE FINANZE

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 600, concernente disposizioni comuni in materia di accertamento delle imposte sui redditi;

Visto l'articolo 62-bis del decreto-legge 30 agosto 1993, n. 331, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 ottobre 1993, n. 427, che prevede, da parte degli uffici del Dipartimento delle entrate del Ministero delle finanze, l'elaborazione di appositi studi di settore in relazione ai vari settori economici;

Visto l'articolo 3, comma 121, della legge 23 dicembre 1996, n. 662, che stabilisce che i soggetti che hanno dichiarato ricavi derivanti dall'esercizio di attività di impresa di cui all'articolo 53, comma 1, ad esclusione di quelli indicati alla lettera c), del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, o compensi derivanti dall'esercizio di arti e professioni di ammontare non superiore a lire dieci miliardi sono tenuti a fornire all'Amministrazione finanziaria i dati contabili ed extracontabili necessari per l'elaborazione degli studi di settore;

Visto il proprio decreto 10 agosto 1998, concernente l'approvazione di questionari per gli studi di settore relativi ad attività imprenditoriali nel settore delle manifatture, dei servizi, del commercio e ad attività professionali;

Visto l'articolo 10, della legge 8 maggio 1998, n. 146, che individua le modalità di utilizzazione degli studi di settore in sede di accertamento nonché le cause di esclusione degli stessi;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 31 maggio 1999, n. 195, recante disposizioni concernenti i tempi e le modalità di applicazione degli studi di settore;

Considerato che a seguito delle analisi e delle valutazioni effettuate, allo stato, sulla base dei dati in possesso dell'Amministrazione finanziaria sono emerse cause di non applicabilità degli studi di settore;

Visto il proprio decreto 10 novembre 1998, che ha istituito la Commissione di esperti prevista dall'articolo 10, comma 7, della legge n. 146 del 1998;

Visto il decreto direttoriale 24 dicembre 1999, concernente le modalità di annotazione separata dei componenti rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore;

Acquisito il parere della predetta Commissione di esperti in data 22 novembre 2000;

Ritenuto di dover provvedere al riguardo;

Decreta:

Art. 1
(Approvazione degli studi di settore)

1. E' approvato, in base all'articolo 62-bis del decreto legge 30 agosto 1993, n. 331, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 ottobre 1993 n. 427, lo studio di settore SG 60 U, riguardante l'attività economica dei servizi di balneazione comprendente le attività relative a:
   a) stabilimenti balneari (marittimi, lacuali e fluviali) - codice attività 92.72.1;

b) ristoranti, trattorie, pizzerie, osterie e birrerie con cucina - codice di attività 55.30.1;
c) rosticcerie, friggitorie, pizzerie a taglio con somministrazione - codice di attività 55.30.2;
d) servizi di ristorazione in self-service - codice di attività 55.30.4;
e) ristoranti con annesso intrattenimento e spettacolo - codice di attività 55.30.5;
f) bar e caffè - codice di attività 55.40.1;
g) gelaterie - codice di attività 55.40.2;
h) bar, caffè con intrattenimento e spettacolo - codice di attività 55.40.4.

Le attività indicate alle lettere da b) a h) rientrano tra quelle per le quali si applica il presente studio di settore solo se svolte da contribuenti titolari di concessione per l'esercizio della attività prevista alla lettera a).

2. Gli elementi necessari alla definizione presuntiva dei ricavi e dei corrispettivi relativi allo studio di settore indicato nel comma 1 sono determinati sulla base della nota tecnica e metodologica, delle tabelle dei coefficienti nonché della lista delle variabili per l'applicazione dello studio, di cui all'allegato 1.

3. Il programma per l'applicazione dello studio di settore segnala anche, con riferimento ad indici significativi, la coerenza economica rispetto ai valori minimi e massimi assumibili con riferimento a comportamenti normali degli operatori del settore.

4. Lo studio di settore si applica ai contribuenti che svolgono in maniera prevalente le attività indicate nel comma 1, nonché ai contribuenti che svolgono la predetta attività in maniera secondaria per la quale abbiano tenuto contabilità separata, fermo restando il disposto dell'articolo 2. In caso di esercizio di più attività d'impresa, per le quali non e' stata tenuta la contabilità separata, per attività prevalente si intende quella da cui deriva nel periodo d'imposta la maggiore entità dei ricavi.

5. Lo studio di settore approvato con il presente decreto è utilizzabile a partire dagli accertamenti relativi al periodo di imposta 2000.

Art. 2
(Categorie di contribuenti alle quali non si applicano gli studi di settore)

1. Lo studio di settore approvato con il presente decreto non si applica:

a) nel caso in cui l'esercizio dell'attività d'impresa è svolto attraverso l'utilizzo di più punti di produzione per i quali non è stata tenuta contabilità separata.
b) in caso di esercizio di due o più attività di impresa, non rientranti nel medesimo studio di settore, per le quali non è stata tenuta la contabilità separata, se l'importo complessivo dei ricavi dichiarati relativi alle attività non rientranti tra quelle prese in considerazione dallo studio di settore supera il 20% dell'ammontare totale dei ricavi dichiarati;
c) nei confronti dei contribuenti che hanno dichiarato ricavi di cui all'articolo 53, comma 1, esclusi quelli di cui alla lettera c), del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, di ammontare superiore a 10 miliardi di lire;
d) nei confronti delle società cooperative, società consortili e consorzi che operano esclusivamente a favore delle imprese socie o associate;

e) nei confronti delle società cooperative costituite da utenti non imprenditori che operano esclusivamente a favore degli utenti stessi.

Art. 3
(Variabili delle imprese)

1. La determinazione dei valori da attribuire alle variabili da utilizzare per l'applicazione dello studio di settore approvato con il presente decreto è effettuata sulla base delle istruzioni per la compilazione del relativo questionario approvate con decreto ministeriale 10 agosto 1998, tenuto conto di quanto precisato in quelle per la compilazione delle dichiarazioni di cui all'art. 5 comma 1.

Art. 4
(Determinazione del reddito imponibile)

1. Sulla base degli studi di settore sono determinati presuntivamente i ricavi di cui all'articolo 53, ad esclusione di quelli previsti dalle lettere c) e d) del comma 1 dello stesso articolo del testo unico delle imposte sui redditi.

2. Ai fini della determinazione del reddito d'impresa l'ammontare dei ricavi di cui al comma 1 è aumentato degli altri componenti positivi, compresi i ricavi di cui all'articolo 53, comma 1, lettera c) e d), del menzionato testo unico, ed è ridotto dei componenti negativi deducibili. Ai fini della determinazione degli importi relativi alle voci e alle variabili di cui all'articolo 3 devono essere considerati i componenti negativi inerenti all'esercizio dell'attività anche se non dedotti in sede di dichiarazione dei redditi.

3. Per le imprese che eseguono opere, forniture e servizi pattuiti come oggetto unitario e con tempo di esecuzione ultrannuale i ricavi dichiarati, da confrontare con quelli presunti in base agli studi di settore, vanno aumentati delle rimanenze finali e diminuiti delle esistenze iniziali valutate ai sensi dell'articolo 60, commi da 1 a 4, del testo unico delle imposte sui redditi.

Art.5
(Comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore)

1. I contribuenti ai quali si applicano gli studi di settore comunicano, in sede di dichiarazione dei redditi, i dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi stessi.

Art.6
(Annotazione separata)

1. Nei confronti dei contribuenti che esercitano una delle attività per le quali lo studio di settore è approvato con il presente decreto le disposizioni contenute nel decreto direttoriale 24 dicembre 1999, concernenti l'annotazione separata dei componenti rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore, si applicano a decorrere dal 1° maggio 2001. E' facoltà del contribuente indicare a quale attività esercitata o a quale punto di produzione debbano essere imputati i ricavi conseguiti nei mesi precedenti nonché gli altri componenti rilevanti ai fini dell'applicazione del relativo studio di settore. Qualora tale facoltà non venga esercitata, in sede di dichiarazione dei redditi, i ricavi relativi all'intero periodo d'imposta vanno ripartiti applicando ai ricavi

conseguiti fino al 30 aprile 2001 la percentuale di ripartizione determinata con riferimento ai ricavi conseguiti a partire dal 1° maggio 2001.

Il presente decreto sarà pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana.

Roma, 16 febbraio 2001

Il Ministro: Del Turco

ALLEGATO 1

Nota Tecnica e Metodologica

SG60U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 92.72.1 – Stabilimenti balneari (marittimi, lacuali e fluviali).

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SG60).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 4.359.

I questionari restituiti sono stati 3.163, pari al 72,6% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 646 questionari, pari al 20,4% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- quadro B del questionario (elementi strutturali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- non compilazione delle superfici dell'area destinata all'esercizio dell'attività presenti nel quadro B del questionario;
- quadro F del questionario (modalità di espletamento dell'attività) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di espletamento dell'attività (quadro F del questionario);
- non compilazione del numero dei giorni di apertura (quadro L del questionario);
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 2.517.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su di un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, ai diversi servizi offerti, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative a quegli elementi strutturali e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare sette gruppi omogenei di imprese.

I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- la dimensione relativa dell'attività in termini di quantità di forza lavoro ed ampiezza della struttura;
- la presenza di attività di somministrazione (bar e/o ristorante);
- la presenza di strutture sportive (piscina);
- la modalità di fruizione dello stabilimento da parte della clientela (ingressi, abbonamenti).

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Stabilimenti di piccola dimensione con soli servizi di spiaggia

Numerosità: 843

Questo cluster raggruppa stabilimenti caratterizzati dalla limitata dimensione delle superfici complessive e dall'erogazione pressoché esclusiva di servizi di spiaggia.

Il 64% degli appartenenti al cluster opera in forma di ditta individuale; il 35%, invece, ricorre a società di persone nelle quali è un solo socio ad essere prevalentemente occupato nell'impresa. Il personale dipendente è praticamente inesistente.

Con uno sviluppo fronte mare di 43 metri lineari, le superfici complessive destinate all'attività raggiungono quasi 3.000 mq. Le superfici coperte ammontano a 120 mq e di questi solo 55 mq sono destinati a 21 cabine.

La dotazione di ombrelloni e, soprattutto, lettini risulta superiore alla dotazione media del settore ed è proprio l'affitto di ombrelloni, sedie a sdraio e lettini a determinare oltre il 92% dei ricavi complessivi. Tra gli altri servizi offerti si segnala l'affitto di attrezzature per lo sport d'acqua, indicato dal 38% degli appartenenti al cluster con un'incidenza del 5% sui ricavi.

Il periodo di apertura annuale è pari a 110 giorni, 51 dei quali in alta stagione. Il periodo di fruizione è piuttosto breve dato che la modalità più diffusa di erogazione dei servizi di balneazione è rappresentata da

abbonamenti settimanali e quindicinali (rispettivamente 28% e 21%). L'elevato numero di abbonamenti settimanali (200 in media) lascia intravedere un utilizzo piuttosto intensivo dell'arenile.

Questi stabilimenti sono localizzati prevalentemente sulla riviera adriatica, in particolare nella provincia di Rimini.

Cluster 2 - Stabilimenti di medio-grandi dimensioni con piscina e bar

Numerosità: 40

Questo cluster è caratterizzato da una più ampia offerta di servizi alla clientela, distinguendosi in particolare per la presenza della piscina e per la gestione diretta del bar.

L'attività viene svolta prevalentemente in forma societaria: il 53% dei soggetti sono società di persone, il 18% società di capitale. In questi casi i soci con occupazione prevalente nell'impresa sono 2.

Le dimensioni della struttura sono piuttosto ampie. La superficie totale è di oltre 5.300 mq. I metri lineari fronte mare sono poco più di 70 e le superfici scoperte di circa 4.200 mq. L'area coperta, di oltre 480 mq, è impegnata da circa 53 cabine per complessivi 168 mq.

Tra le superfici, come caratteristica distintiva del cluster, vanno indicati i 300 mq circa di aree coperte e scoperte destinati a piscina.

La struttura per i servizi di balneazione è ben dimensionata, decisamente superiore alla media per quanto riguarda le sedie a sdraio; l'assistenza ai bagnanti è fornita da 2 addetti con brevetto di salvamento ed un inserviente di stabilimento. L'affitto di cabine e ombrelloni, sedie a sdraio e lettini contribuisce ai ricavi complessivi per il 53%.

Per il resto, oltre all'apporto della gestione delle attività legate alla piscina (8%), va segnalato il contributo del bar (23%). Quest'ultimo è a gestione diretta ed effettua, in genere, servizio al banco; su una superficie media di circa 47 mq e con un cameriere, mette a disposizione della clientela anche circa 24 posti a sedere. Raramente, poi, l'offerta comprende anche un servizio di ristorazione.

Il periodo di apertura annuale è di circa 123 giorni, 64 dei quali in alta stagione.

La fruizione dello stabilimento da parte della clientela si diluisce su periodi medio-lunghi: il 35% degli abbonamenti è stagionale, il 23% mensile.

L'allargamento della gamma di servizi e il livello delle tariffe applicate (decisamente superiore alla media) denotano una cura particolare nella proposizione di un'offerta turistico/ricettiva più ampia e di qualità.

Cluster 3 - Stabilimenti di medie dimensioni con periodo di fruizione medio-lungo e bar

Numerosità: 623

Le caratteristiche che delineano questo gruppo sono riconducibili alla modalità di fruizione dei servizi dello stabilimento, principalmente di durata medio-lunga.

Per quanto riguarda la natura giuridica delle imprese prevale la forma societaria: si tratta nel 58% dei casi di società di persone, con un socio occupato prevalentemente nell'impresa.

Le superfici complessive sono in linea con i valori medi, con una leggera prevalenza, in proporzione, delle superfici coperte (350 mq); i metri lineari di fronte mare sono 53. Tra le superfici coperte spiccano i 150 mq destinati a cabine, in media 54.

Nell'80% dei casi queste strutture vantano anche un piccolo bar, generalmente a gestione diretta e con servizio al banco, con una superficie di 33 mq, 28 posti a sedere e un cameriere. La gestione del bar incide per il 18% sui ricavi complessivi.

Sono prevalenti i ricavi derivanti dall'affitto di ombrelloni sedie a sdraio e lettini (44%) e di cabine (27%). La dotazione delle relative attrezzature è consistente, soprattutto per quello che riguarda le sedie a sdraio (circa 160).

Caratteristica distintiva del cluster è il periodo di fruizione dei servizi di spiaggia: abbonamenti stagionali e mensili rappresentano il 68% dei ricavi da servizi di balneazione.

Questi stabilimenti sono localizzati prevalentemente sulle coste dell'Alto Tirreno, principalmente nelle provincie di Lucca e Savona.

Cluster 4 - Stabilimenti di grandi dimensioni con bar e ristorante a gestione indiretta

Numerosità: 66

Il cluster si contraddistingue principalmente per la grande dimensione della struttura.

La figura giuridica più diffusa è di gran lunga quella societaria: il 48% degli appartenenti al cluster opera in forma di società di persone, il 38% come società di capitale.

Generalmente si rileva la presenza di un dipendente, prevalentemente a tempo pieno.

Le superfici sono in assoluto le più ampie tra i cluster: oltre 9.000 mq dei quali più di 1.100 coperti. Anche la lunghezza del fronte mare, con 106 metri lineari è tra le più estese.

Il numero di cabine è il più elevato tra i cluster, ben 170. Esse occupano oltre 520 mq con una superficie per cabina di circa 3 mq. Anche il numero di ombrelloni e sdraio, rispettivamente 194 e 297, è decisamente superiore alla media. L'assistenza ai clienti è fornita da 2 addetti al salvamento e da un inserviente.

L'affitto di cabine (55%) e di ombrelloni, sedie a sdraio e lettini (27%) costituisce la parte più cospicua dei ricavi complessivi.

Questi stabilimenti, inoltre, offrono alla propria clientela una gamma piuttosto ampia di servizi accessori che vanno dal noleggio di attrezzature per sport d'acqua al parcheggio, dalle strutture sportive all'area attrezzata per i bambini.

I clienti possono inoltre fruire, anche se non direttamente gestiti dallo stabilimento, di un ristorante e/o di un bar con servizio prevalentemente al banco.

La forma di abbonamento ai servizi di spiaggia più diffusa è quella stagionale (53%) seguita da quella mensile (22%); poco significativi i ricavi per ingressi a pagamento giornalieri.

Cluster 5 - Stabilimenti di media dimensione con bar e ristorante a gestione diretta

Numerosità: 241

Il cluster è composto da stabilimenti di media dimensione con un'offerta che comprende bar e ristorante a gestione diretta.

L'attività viene svolta prevalentemente in forma societaria: il 63% sono società di persone, con un socio prevalentemente occupato nell'attività.

Le superfici si attestano su valori medi: 59 metri lineari fronte mare, 3.270 mq di superficie totale, dei quali oltre 330 mq di superficie coperta e 93 mq per 41 cabine.

Nel mix di servizi che contribuiscono a determinare i ricavi spiccano quelli che derivano dal bar (32%) e dal ristorante (24%), direttamente gestiti dalla struttura.

Il bar, con servizio al banco, si avvale di un cameriere e, su una superficie media di 46 mq, offre circa 31 posti a sedere.

Il ristorante, anch'esso con un cameriere, vanta 44 posti a sedere su una superficie di 66 mq.

Anche nel caso di questo cluster prevale la modalità medio-lunga (abbonamenti mensili e stagionali) di fruizione dei servizi di spiaggia.

Cluster 6 - Stabilimenti di medie dimensioni con bar e periodo di fruizione medio-breve

Numerosità: 615

Le caratteristiche strutturali di questo cluster ricalcano a grandi linee quelle del cluster 3; quello che differenzia sostanzialmente i due gruppi è il periodo di fruizione dello stabilimento, che in questo caso è di durata medio-breve.

Anche in questo raggruppamento la figura giuridica prevalente è quella della società di persone, il 64% dei casi.

Le superfici si attestano su dimensioni medie: 3.100 mq complessivi e 49 metri lineari fronte mare. La superficie coperta, invece, è in proporzione leggermente inferiore alla media con 242 mq.

Proporzionalmente ridotto anche il numero delle cabine (23) e la superficie ad esse destinata (61 mq).

Il bar, con servizio prevalentemente al banco, ha una superficie di 66 mq, è dotato di 47 posti a sedere ed è presente generalmente un cameriere. Il servizio di bar contribuisce per il 50% ai ricavi complessivi.

L'affitto di cabine, ombrelloni, sedie a sdraio e lettini incide, invece, per il 44% sui ricavi complessivi. Questa tipologia di servizio viene erogata con abbonamenti prevalentemente di media e breve durata; tra questi, gli abbonamenti mensili rappresentano il 23% dei ricavi, quelli quindicinali il 14% e quelli settimanali il 13%. Di qualche rilievo anche i ricavi da ingressi giornalieri a pagamento (35%), soprattutto nei giorni festivi (26%).

La localizzazione di questi stabilimenti si concentra sulla riviera adriatica, in particolare nelle provincie di Ravenna e Forlì.

Cluster 7 - Stabilimenti di grandi dimensioni con ristorante e bar a gestione diretta

Numerosità: 47

Questo gruppo si caratterizza per un'offerta che comprende, oltre ai servizi di balneazione, ristorante e bar a gestione diretta.

L'attività viene svolta prevalentemente in forma societaria (il 49% dei soggetti sono società di persone, il 23% società di capitale) con almeno un socio prevalentemente occupato nell'attività.

In queste imprese sono presenti, in media, 2 dipendenti.

Le superfici utilizzate per l'attività sono tra le più ampie, con oltre 7.000 mq complessivi, dei quali 5.500 mq scoperti. Degli 800 mq di superficie coperta, 272 mq sono utilizzati per 70 cabine, con una superficie media per cabina di quasi 4 mq (la più ampia tra i cluster). Il fronte mare è di 110 metri lineari.

La dotazione di attrezzature di spiaggia è sopra la media; 2 addetti con brevetto di salvamento e un inserviente garantiscono la sicurezza, la tranquillità e il comfort dei bagnanti.

Tuttavia, la quota di ricavi più consistente è rappresentata dalla ristorazione (34%) e dal bar (21%).

Queste strutture si caratterizzano per la presenza del ristorante a gestione diretta. Esso ha una superficie di 165 mq con 91 posti a sedere ed occupa 2 camerieri. Il periodo di apertura del ristorante (151 giorni) talvolta supera quello di erogazione dei servizi di spiaggia.

Il bar, anch'esso a gestione diretta, offre prevalentemente servizio al banco. Ha una superficie di 61 mq, è dotato di circa 30 posti a sedere e occupa un cameriere.

A completare l'offerta di servizi di questi stabilimenti sono da segnalare il noleggio di attrezzature per gli sport d'acqua, il parcheggio per i clienti, l'area attrezzata per i bambini e, più raramente, discoteca ed attività commerciali.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- (costo del venduto + costo per la produzione di servizi) negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente è stato utilizzato un indicatore economico-contabile specifico dell'attività in esame:

- produttività teorica annuale per addetto = ricavi / [(numero addetti[4] ponderato con il numero dei giorni di apertura dell'esercizio)*1000]

  dove:

  - numero addetti = (ditte individuali) — 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

- numero addetti (società) = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica dell'indicatore precedentemente definito e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori dell'indicatore all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per l'indicatore produttività teorica annuale per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 1, 3 e 6;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 2 e 4;

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 5 e 7.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise.

Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinchè il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della "funzione di ricavo" si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività.

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla "territorialità delle attività turistico-alberghiere[5]" che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto alla:

- struttura dell'offerta ricettiva;
- dimensione dei flussi turistici;

[5] I criteri e le conclusioni dello studio sono riportate nell'apposito Decreto Ministeriale.

- vocazione turistica.

Nella definizione della funzione di ricavo le aree territoriali sono state rappresentate con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con le variabili "costo del venduto + costo per la produzione di servizi" e "numero di lettini + numero sedie a sdraio" (elementi di base per l'erogazione dei servizi di spiaggia). Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, ai coefficienti delle variabili "costo del venduto + costo per la produzione di servizi" e "numero di lettini + numero sedie a sdraio" (elementi di base per l'erogazione dei servizi di spiaggia).

Considerato che il settore in esame presenta una caratteristica di stagionalità elevata, per poter cogliere nella funzione di ricavo tale aspetto alcune variabili sono state ponderate in base ai giorni di apertura dell'esercizio[6].

Tale ponderazione è stata applicata alle seguenti variabili:

- "valore dei beni strumentali",
- "logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali",
- "numero di collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale ",
- "numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa e numero degli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa".

---

[6] Il fattore di ponderazione è pari al rapporto tra il numero di giorni di apertura dell'esercizio e 365.

Nell'allegato 1.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle "funzioni di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- *l'Analisi Discriminante*[7];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 1.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

---

[7] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 1.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SG60U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,0374	1,3548	1,1574	1,0113
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,1283	1,1253	1,0967	0,7269
Spese per acquisti di servizi	0,7646	3,5228	1,1434	1,1933
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura	21.925,0257	48.613,6457	34.225,7218	
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura	40.096,8600	58.719,1330	36.060,0580	
Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura	0,2653		0,1497	0,5649
Logaritmo in base 10 del Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura	9.674,5558		8.691,0541	
Numero cabine (in dotazione)	250,3788	345,3409	202,0411	230,5865
Numero lettini (in dotazione)	31,2818		68,1723	102,7558
Numero sedie a sdraio (in dotazione)	31,2818		24,0752	90,3715
Noleggio di attrezzature per sport d'acqua (imbarcazioni, moto d'acqua, pattini, pedalò, canoe, windsurf, ecc.) - gestione diretta	2.363,5791		3.595,1745	

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il Costo del venduto viene calcolato come: esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE
AL COEFFICIENTE DEL "NUMERO DI LETTINI + NUMERO SEDIE A SDRAIO"

SG60U

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DELLE ATTIVITA' TURISTICO-ALBERGHIERE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
1) Aree prive di vocazione e/o funzione turistica				
2) Città d'arte di piccola dimensione				
3) Località con struttura ricettiva prevalentemente composta da seconde case			23,5406	
4) Città caratterizzate da grandi flussi turistici non stagionali				
5) Città d'arte caratterizzate da grandi flussi turistici				
6) Località balneari interessate da grandi flussi turistici, con struttura ricettiva prevalentemente composta da seconde case e da esercizi complementari				
7) Località balneari a bassa ricettività alberghiera e con flussi turistici non di massa	21,0692		32,7701	
8) Località montane ad elevata ricettività alberghiera				
9) Località balneari a ricettività alberghiera medio-alta	12,4398		32,7701	
10) Località con attrattiva esclusivamente archeologica				
11) Località montane e lacustri con media ricettività alberghiera				
12) Località balneari caratterizzate da flussi turistici di massa				

SG60U

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,1899	1,1814	1,2194
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,2856	1,3907	0,8644
Spese per acquisti di servizi	1,0033	0,6895	3,2764
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura	32.172,4592	19.289,8517	
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura	38.511,0872	30.494,9877	
Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura	0,2149	0,1716	
Logaritmo in base 10 del Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura	5.010,3287	5.416,0432	
Numero cabine (in dotazione)	163,4459	154,1044	277,6150
Numero lettini (in dotazione)	45,9979	58,9212	75,1356
Numero sedie a sdraio (in dotazione)	40,9305	37,4483	75,1356
Noleggio di attrezzature per sport d'acqua (imbarcazioni, moto d'acqua, pattini, pedalò, canoe, windsurf, ecc.) - gestione diretta			

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il Costo del venduto viene calcolato come: esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE
AL COEFFICIENTE DEL "COSTO DEL VENDUTO + COSTO PER LA PRODUZIONE DI SERVIZI "

SG60U

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DELLE ATTIVITA' TURISTICO-ALBERGHIERE	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
1) Aree prive di vocazione e/o funzione turistica			
2) Città d'arte di piccola dimensione			
3) Località con struttura ricettiva prevalentemente composta da seconde case			
4) Città caratterizzate da grandi flussi turistici non stagionali			
5) Città d'arte caratterizzate da grandi flussi turistici			
6) Località balneari interessate da grandi flussi turistici, con struttura ricettiva prevalentemente composta da seconde case e da esercizi complementari		0,2505	
7) Località balneari a bassa ricettività alberghiera e con flussi turistici non di massa		0,2797	
8) Località montane ad elevata ricettività alberghiera			
9) Località balneari a ricettività alberghiera medio-alta		0,2797	
10) Località con attrattiva esclusivamente archeologica			
11) Località montane e lacustri con media ricettività alberghiera			
12) Località balneari caratterizzate da flussi turistici di massa		0,2516	

ALLEGATO 1.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio
- Numero dei collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Numero dei collaboratori coordinati e continuativi diversi
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero familiari diversi da quelli che prestano attività nell'impresa
- Numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Numero associati in partecipazione diversi
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Numero dei soci diversi
- Numero amministratori non soci

Quadro B:

- Potenza installata (Kw)
- Consumo di acqua (Mc)
- Mq totali di area scoperta (spiaggia, pontile, piattaforme, ecc.)
- Mq totali di area coperta (incluse le cabine)
- Mq di area destinata ai servizi di cabina
- Area totale destinata a piscina (coperta e scoperta)
- Mq di area destinata a bar
- Mq di area destinata a ristorazione
- Mq di area destinata ad altri servizi (market, discoteca al coperto, altri negozi, ecc.)
- Numero cabine (in dotazione)
- Numero ombrelloni (in dotazione)
- Numero sedie a sdraio (in dotazione)

- Numero lettini (in dotazione)
- Numero docce
- Numero docce a pagamento
- Numero servizi igienici
- Bar con solo servizio al banco - gestione diretta (numero)
- Bar con solo servizio al banco - gestione indiretta (numero)
- Bar con servizio ai tavoli - gestione diretta (numero)
- Bar con servizio ai tavoli - gestione indiretta (numero)
- Posti a sedere interni ed esterni - bar (numero)
- Numero giorni di apertura - bar
- Ristoranti /Self-service - gestione diretta (numero)
- Ristoranti /Self-service - gestione indiretta (numero)
- Posti a sedere interni ed esterni - ristorazione (numero)
- Numero totale dei pasti serviti
- Numero giorni di apertura - ristorazione

Quadro F:

- Servizi offerti: Ingresso con servizi a pagamento (esclusi affitti da F3 a F4) (% ricavi)
- Servizi offerti: Affitto ombrelloni, sedie a sdraio e lettini (% ricavi)
- Servizi offerti: Affitto cabine (% ricavi)
- Servizi offerti: Piscina, impianti sportivi e corsi a pagamento (% ricavi)
- Servizi offerti: Bar (compresi i distributori automatici) (% ricavi)
- Servizi offerti: Ristorazione (% ricavi)
- Servizi offerti: Noleggio attrezzature per sport d'acqua (imbarcazioni, moto d'acqua, pattini, pedalò, canoe, windsurf, ecc.) (% ricavi)
- Servizi offerti: Video giochi, juke-box, flipper, giochi elettrici per bambini (% ricavi)
- Servizi di balneazione: Abbonamenti settimanali (% ricavi)
- Servizi di balneazione: Abbonamenti mensili (numero)
- Servizi di balneazione: Abbonamenti mensili (% ricavi)
- Servizi di balneazione: Abbonamenti stagionali (numero)

- Servizi di balneazione: Abbonamenti stagionali (% ricavi)
- Servizi di balneazione: Ingressi giornalieri (dal lunedì al venerdì, esclusi gli abbonati)
- (% ricavi)
- Servizi di balneazione: Ingressi giornalieri (sabato e domenica, esclusi gli abbonati)
- (% ricavi)
- Servizi vari all'interno della struttura: Piscina - gestione diretta
- Servizi vari all'interno della struttura: Piscina - gestione indiretta
- Servizi vari all'interno della struttura: Corsi di discipline sportive varie - gestione diretta
- Servizi vari all'interno della struttura: Noleggio attrezzature per sport d'acqua (imbarcazioni, moto d'acqua, pattini, pedalò, canoe, windsurf, ecc.) - gestione indiretta
- Servizi vari all interno della struttura: Discoteca - gestione diretta
- Servizi vari all'interno della struttura: Discoteca - gestione indiretta
- Servizi vari all'interno della struttura: Tabacchi - gestione diretta
- Servizi vari all'interno della struttura: Edicola - gestione diretta
- Servizi vari all'interno della struttura: Edicola - gestione indiretta
- Servizi vari all'interno della struttura: Parcheggio - gestione diretta
- Servizi vari all'interno della struttura: Parcheggio - gestione indiretta
- Video giochi, juke-box, flipper, giochi elettrici per bambini (numero)

Quadro G:

- Personale con brevetto di salvamento (assistenti ai bagnanti) (numero)
- Inservienti di stabilimento (assistenti ai servizi di spiaggia) (numero)
- Medico/infermiere (numero)
- Istruttori e addetti alle discipline sportive (numero)
- Camerieri e addetti al servizio di bar (numero)
- Camerieri e addetti al servizio di ristorazione (numero)
- Animatori (numero)
- Spese per manutenzione di aree verdi e piante ornamentali

01A2365

DECRETO 16 febbraio 2001.

Approvazione di quattro studi di settore relativi ad attività imprenditoriali nel settore delle manifatture.

IL MINISTRO DELLE FINANZE

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 600, concernente disposizioni comuni in materia di accertamento delle imposte sui redditi;

Visto l'articolo 62-bis del decreto-legge 30 agosto 1993, n. 331, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 ottobre 1993, n. 427, che prevede, da parte degli uffici del Dipartimento delle entrate del Ministero delle finanze, l'elaborazione di appositi studi di settore in relazione ai vari settori economici;

Visto l'articolo 3, comma 121, della legge 23 dicembre 1996, n. 662, che stabilisce che i soggetti che hanno dichiarato ricavi derivanti dall'esercizio di attività di impresa di cui all'articolo 53, comma 1, ad esclusione di quelli indicati alla lettera c), del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, o compensi derivanti dall'esercizio di arti e professioni di ammontare non superiore a lire dieci miliardi sono tenuti a fornire all'Amministrazione finanziaria i dati contabili ed extracontabili necessari per l'elaborazione degli studi di settore;

Visto il proprio decreto 10 agosto 1998, concernente l' approvazione di questionari per gli studi di settore relativi ad attività imprenditoriali nel settore delle manifatture, dei servizi, del commercio e ad attività professionali;

Visto l'articolo 10, della legge 8 maggio 1998, n. 146, che individua le modalità di utilizzazione degli studi di settore in sede di accertamento nonché le cause di esclusione degli stessi;

Considerato che a seguito delle analisi e delle valutazioni effettuate, allo stato, sulla base dei dati in possesso dell'Amministrazione finanziaria sono emerse cause di non applicabilità degli studi di settore;

Visto il proprio decreto 10 novembre 1998, che ha istituito la Commissione di esperti prevista dall'articolo 10, comma 7, della legge n. 146 del 1998;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 31 maggio 1999, n. 195, recante disposizioni concernenti i tempi e le modalità di applicazione degli studi di settore;

Visto il decreto direttoriale 24 dicembre 1999, concernente le modalità di annotazione separata dei componenti rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore;

Acquisito il parere della predetta Commissione di esperti in data 22 novembre 2000;

Ritenuto di dover provvedere al riguardo;

Decreta:

Art. 1
(Approvazione degli studi di settore)

1. Sono approvati, in base all'articolo 62-bis del decreto legge 30 agosto 1993, n. 331, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 ottobre 1993 n. 427, gli studi di settore relativi alle seguenti attività economiche nel settore delle manifatture:

   a) Studio di settore SD 22 U - Fabbricazione di apparecchi di illuminazione e di lampade elettriche, codice di attività 31.50.0;

   b) Studio di settore SD 25 U - Preparazione e tintura di pelli, codice di attività 18.30.A;

Preparazione e concia del cuoio, codice di attività 19.10.0;

c) Studio di settore SD 26 U - Confezione di vestiario in pelle, codice di attività 18.10.0;

d) Studio di settore SD 29 U - Fabbricazione di prodotti in calcestruzzo per l'edilizia, codice di attività 26.61.0; Produzione di calcestruzzo pronto per l'uso, codice di attività 26.63.0; Fabbricazione di altri prodotti in calcestruzzo, gesso e cemento, codice di attività 26.66.0.

2. Gli elementi necessari alla definizione presuntiva dei ricavi e dei corrispettivi relativi agli studi di settore indicati nel comma 1 sono determinati sulla base della nota tecnica e metodologica, delle tabelle dei coefficienti nonché della lista delle variabili per l'applicazione dello studio, di cui agli allegati:

   - 1, per lo studio di settore SD 22 U;
   - 2, per lo studio di settore SD 25 U;
   - 3, per lo studio di settore SD 26 U;
   - 4, per lo studio di settore SD 29 U.

3. Il programma per l'applicazione dello studio di settore segnala anche, con riferimento ad indici significativi, la coerenza economica rispetto ai valori minimi e massimi assumibili con riferimento a comportamenti normali degli operatori del settore.

4. Gli studi di settore si applicano ai contribuenti che svolgono in maniera prevalente le attività indicate nel comma 1, nonché ai contribuenti che svolgono la predetta attività in maniera secondaria per la quale abbiano tenuto contabilità separata, fermo restando il disposto dell'articolo 2. In caso di esercizio di più attività d'impresa, per le quali non è stata tenuta la contabilità separata, per attività prevalente si intende quella da cui deriva nel periodo d'imposta la maggiore entità dei ricavi.

5. Gli studi di settore approvati con il presente decreto sono utilizzabili a partire dagli accertamenti relativi al periodo di imposta 2000.

Art. 2
(Categorie di contribuenti alle quali non si applicano gli studi di settore)

1. Gli studi di settore approvati con il presente decreto non si applicano:
   a) nel caso in cui l'esercizio dell'attività d'impresa è svolto attraverso l'utilizzo di più punti di produzione e di vendita in locali non contigui a quelli di produzione, per i quali non è stata tenuta contabilità separata;
   b) in caso di esercizio di due o più attività di impresa, non rientranti nel medesimo studio di settore, per le quali non è stata tenuta la contabilità separata, se l'importo complessivo dei ricavi dichiarati relativi alle attività non rientranti tra quelle prese in considerazione dallo studio di settore supera il 20% dell'ammontare totale dei ricavi dichiarati;
   c) nei confronti dei contribuenti che hanno dichiarato ricavi di cui all'articolo 53, comma 1, esclusi quelli di cui alla lettera c), del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, di ammontare superiore a 10 miliardi di lire;
   d) nei confronti delle società cooperative, società consortili e consorzi che operano esclusivamente a favore delle imprese socie o associate;

e) nei confronti delle società cooperative costituite da utenti non imprenditori che operano esclusivamente a favore degli utenti stessi.

Art. 3
(Variabili delle imprese)

1. La determinazione dei valori da attribuire alle variabili da utilizzare per l'applicazione degli studi di settore approvati con il presente decreto è effettuata sulla base delle istruzioni per la compilazione dei relativi questionari approvate con il decreto ministeriale 10 agosto 1998, tenuto conto di quanto precisato in quelle per la compilazione delle dichiarazioni di cui all'articolo 5, comma 1.

Art. 4
(Determinazione del reddito imponibile)

1. Sulla base degli studi di settore sono determinati presuntivamente i ricavi di cui all'articolo 53, ad esclusione di quelli previsti dalle lettere c) e d) del comma 1 dello stesso articolo del testo unico delle imposte sui redditi.

2. Ai fini della determinazione del reddito d'impresa l'ammontare dei ricavi di cui al comma 1 è aumentato degli altri componenti positivi, compresi i ricavi di cui all'articolo 53, comma 1, lettera c) e d), del menzionato testo unico, ed è ridotto dei componenti negativi deducibili. Ai fini della determinazione degli importi relativi alle voci e alle variabili di cui all'articolo 3 devono essere considerati i componenti negativi inerenti all'esercizio dell'attività anche se non dedotti in sede di dichiarazione dei redditi.

3. Per le imprese che eseguono opere, forniture e servizi pattuiti come oggetto unitario e con tempo di esecuzione ultrannuale i ricavi dichiarati, da confrontare con quelli presunti in base agli studi di settore, vanno aumentati delle rimanenze finali e diminuiti delle esistenze iniziali valutate ai sensi dell'articolo 60, commi da 1 a 4, del testo unico delle imposte sui redditi.

Art.5
(Comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore)

1. I contribuenti ai quali si applicano gli studi di settore comunicano, in sede di dichiarazione dei redditi, i dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi stessi.

Art.6
(Annotazione separata)

1. Nei confronti dei contribuenti che esercitano una delle attività per le quali lo studio di settore è approvato con il presente decreto le disposizioni contenute nel decreto direttoriale 24 dicembre 1999, concernenti l'annotazione separata dei componenti rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore, si applicano a decorrere dal 1° maggio 2001. E' facoltà del contribuente indicare a quale attività esercitata o a quale punto di produzione e di vendita debbono essere imputati i ricavi conseguiti nei mesi precedenti nonché gli altri componenti rilevanti ai fini dell'applicazione del relativo studio di settore. Qualora tale facoltà non venga esercitata, in sede di dichiarazione dei redditi, i ricavi relativi all'intero periodo d'imposta vanno ripartiti

applicando ai ricavi conseguiti fino al 30 aprile 2001 la percentuale di ripartizione determinata con riferimento ai ricavi conseguiti a partire dal 1° maggio 2001.

Il presente decreto sarà pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana.

Roma, 16 febbraio 2001

Il Ministro: DEL TURCO

ALLEGATO 1

Nota Tecnica e Metodologica

SD22U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 31.50.0 – Fabbricazione di apparecchi di illuminazione e di lampade elettriche.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SD22).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 1.645. I questionari restituiti sono stati 998, pari al 60,7% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 209 questionari, pari al 20,9% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%, ad eccezione di attività quali la commercializzazione diretta di prodotti finiti;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- quadro E del questionario (produzione e commercializzazione) non compilato;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- compilazione di più quadri N (punti destinati all'esercizio esclusivo della vendita al dettaglio);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di produzione in conto proprio/conto terzi e commercializzazione (quadro E del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro E del questionario);
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 789.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di attività, al comparto di riferimento, alla profondità del ciclo produttivo, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare sei gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- grado di integrazione dell'attività produttiva;
- tipologia di attività (prodotto/mercato);
- modalità organizzativa;
- dimensione e articolazione della struttura.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Piccole imprese che assemblano e commercializzano apparecchi di illuminazione

Numerosità: 184

A questo cluster appartengono imprese di piccole dimensioni che operano sotto forma di ditta individuale (67% dei casi).

La dimensione dei locali destinati allo svolgimento dell'attività produttiva è contenuta: 89 mq in media sono destinati alle lavorazioni mentre i magazzini occupano in media 92 mq. Inoltre è presente la vendita presso locali contigui a quelli in cui è svolta l'attività produttiva (42 mq); il 43% delle imprese appartenenti al cluster destinano spazi all'esposizione dei prodotti (142 mq.). Sono impiegati in media 2 addetti, di cui 1 dipendente.

Si tratta di imprese che producono prevalentemente in conto proprio (in media il 66% dei ricavi) e che, coerentemente con la disponibilità di spazi dedicati alla vendita, commercializzano anche prodotti finiti acquistati da terzi (20%).

Il 48% degli acquisti si concentra su parti di acquisto/componenti.

I beni prodotti sono rappresentati in prevalenza da apparecchi per illuminazione domestica (nel 62% dei casi) e apparecchi per illuminazione di esterni (28%).

Il tipo di lavorazione che caratterizza le imprese del cluster è l'assemblaggio/montaggio (80% dei soggetti) e la lavorazione di vetro e porcellana (18%), mentre la fase di lavorazione più rilevante è il montaggio di parti elettriche (65%).

La dotazione di beni strumentali è costituita in media da 1 postazione di assemblaggio.

La clientela è rappresentata principalmente da privati (in media il 32% dei ricavi), dettaglianti (24%) e grossisti (15%).

L'area di mercato si estende dall'ambito comunale al territorio nazionale.

Cluster 2 - Imprese in conto terzi speccializzate nella fase di assemblaggio

Numerosità: 97

A questo cluster appartengono imprese di piccole dimensioni che sono rappresentate nel 59% dei casi da ditte individuali.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività produttiva sono in media di 146 mq, i locali adibiti a magazzino occupano una superficie di 65 mq. Il numero di addetti impiegati è in media pari a 4, di cui 2 dipendenti.

La produzione è realizzata quasi esclusivamente in conto terzi (in media il 93% dei ricavi). Il 29% dei soggetti appartenenti al cluster dichiara di lavorare per un solo committente e, anche se il 61% ha un numero di committenti compreso tra 2 e 5, la quota media di ricavi provenienti dal committente principale è pari al 78%.

Dal punto di vista strettamente produttivo, questi operatori presentano una marcata specializzazione nell'assemblaggio/montaggio (95% dei casi); in particolare si svolgono le fasi di montaggio di parti elettriche (89% dei casi), cablaggio circuiti (38%), collaudo (41%) e controllo qualità (29%).

I prodotti ottenuti sono componenti e semilavorati (35% dei casi), apparecchi di illuminazione per uso domestico (54%), per uso industriale (30%), per esterni (27%) e sistemi di illuminazione (21%).

Per quanto riguarda i beni strumentali sono presenti in media due postazioni di assemblaggio.

Coerentemente con il modello organizzativo, la tipologia di clientela è costituita quasi esclusivamente da industria (in media l'89% dei ricavi) e artigiani (6%) e l'area di mercato è prevalentemente provinciale e regionale.

Cluster 3 - Imprese integrate produttrici di insegne

Numerosità: 99

Il 54% delle imprese del cluster è rappresentato da società.

Gli spazi destinati alla produzione sono in media di 250 mq., quelli destinati a magazzino 52 mq ed a ufficio 36 mq. Gli addetti sono mediamente 5 di cui 3 dipendenti.

Le imprese del cluster producono e installano insegne (90% dei casi) e sistemi di illuminazione (40%) sia in conto proprio che in conto terzi.

Questo gruppo di imprese si caratterizza per la lavorazione di componenti plastici (74% dei casi) e metallici (66%), la lavorazione di vetro e porcellana (29%), la progettazione/installazione di sistemi di illuminazione (76%), l'assemblaggio/montaggio (84%) e trattamenti superficiali (19%).

Il ciclo di lavorazione è generalmente completo e prevede le fasi di sagomatura (77% dei casi), saldatura (88%), foratura (85%), verniciatura (68%), montaggio di parti elettriche (85%), cablaggio circuiti (49%) e collaudo (56%).

La percentuale di acquisti di materie prime è pari in media al 61% degli acquisti complessivi.

Circa il 70% delle imprese ha in media 2 addetti alle installazioni ed il 35% impiega in media 1 addetto alla progettazione di sistemi di illuminazione.

La dotazione di beni strumentali comprende in media 1 tranciatrice, 1 piegatrice, 1 foratrice, 2 saldatrici, 1 impianto per la verniciatura e 1 postazione di assemblaggio.

La clientela è diversificata e composta da industria (in media il 19% dei ricavi), artigiani (22%), commercio al dettaglio (27%) ed enti pubblici (4%); circa la metà delle imprese (46%) deriva i propri ricavi per il 29% da clienti classificati come "Altri". In considerazione della forte specializzazione che caratterizza le imprese del cluster si può presumere che tale tipologia di clientela sia costituita da operatori commerciali (negozi, grandi magazzini, ecc.).

L'area di mercato è prevalentemente regionale e pluriregionale.

Cluster 4 - Imprese specializzate nella produzione di componenti e semilavorati

Numerosità 108

Questo cluster è formato da imprese con struttura piuttosto articolata: la forma giuridica più diffusa è quella societaria (il 69% dei soggetti).

Allo svolgimento delle lavorazioni sono destinati ampi spazi (in media 386 mq), i magazzini occupano in media 181 mq e gli uffici 32 mq.; gli addetti sono in media 6, di cui 5 dipendenti.

Il 56% dei ricavi deriva da produzione realizzata per conto di terzi e il 41% da produzione in conto proprio.

Le aziende di questo cluster sono specializzate nella lavorazione del metallo (96% dei casi) e nell'assemblaggio/montaggio (77%) e, coerentemente con la lavorazione del metallo, le fasi maggiormente indicate sono: stampaggio (31% dei casi), sagomatura (74%), saldatura (94%) e foratura (95%); si realizza inoltre il montaggio di parti elettriche (67%).

La percentuale di acquisto di materie prime è pari in media al 51% degli acquisti complessivi e la materia prima più utilizzata è il metallo: il consumo di quest'ultimo, infatti, è di gran lunga superiore alla media del settore (circa 3 volte).

Per quanto riguarda i prodotti ottenuti, oltre agli apparecchi per illuminazione domestica (69%), in questo cluster si concentra la percentuale più elevata di imprese produttrici di componenti e semilavorati (57%).

La dotazione di beni strumentali prevede in media 1 pressa, 1 sagomatrice, 3 foratrici, 2 saldatrici e 1 postazione di assemblaggio.

La tipologia di clientela di queste imprese è costituita da industria (in media il 33% dei ricavi), da artigiani (22%) e da grossisti (22%).

L'area di mercato più importante è quella pluriregionale e nazionale, con presenza anche sui mercati esteri.

Cluster 5 - Imprese che producono, assemblano e commercializzano apparecchi di illuminazione

Numerosità 156

La caratteristica dei soggetti appartenenti a questo cluster è lo svolgimento, di tutte le fasi necessarie per la produzione di apparecchi di illuminazione, dalla lavorazione della materia prima fino all'assemblaggio, al montaggio delle parti elettriche e al collaudo del prodotto finito.

Il 55% delle imprese opera sotto forma di ditta individuale.

Gli spazi destinati all'attività produttiva sono in media di 186 mq, quelli dedicati al magazzino di 174 mq. Il 60% dei soggetti in esame dispone di uno spazio dedicato all'esposizione dei prodotti (145 mq). Il 31% dei soggetti effettua la vendita in locali contigui (140 mq) a quelli in cui avviene la produzione.

Gli addetti sono in media 4, di cui 2 dipendenti.

I ricavi provengono in media per il 73% dallo svolgimento di attività in conto proprio; non è trascurabile la quota dei ricavi (16%) derivante dalla commercializzazione di prodotti finiti acquistati da terzi.

Il tipo di lavorazione prevede la lavorazione del metallo (66% delle imprese), l'assemblaggio/montaggio (97%), l'applicazione di materiali isolanti (40%) e i trattamenti superficiali (21%).

Le fasi realizzate più frequentemente sono la sagomatura (47% dei casi), la saldatura (76%), la foratura (88%), la verniciatura (36%), l'inserimento di guarnizioni/materiali isolanti (46%), il cablaggio dei circuiti (51%), il montaggio di parti elettriche (97%), il collaudo (69%) e il controllo della qualità (44%).

I prodotti ottenuti sono rappresentati nel 91% dei casi da apparecchi per uso domestico e nel 26% da apparecchi per illuminazione di esterni.

Le imprese del cluster sono dotate in media di 1 tranciatrice, 1 foratrice, 1 saldatrice e 1 postazione di assemblaggio.

La clientela è formata prevalentemente da commercianti al dettaglio (in media 38% dei ricavi), privati (25%) e grossisti (19%).

L'area di mercato arriva a coprire l'intero territorio nazionale e riguarda anche l'estero; il 18% dei ricavi deriva dall'export destinato sia all'interno che all'esterno dell'Unione Europea.

Cluster 6 - Imprese di grandi dimensioni che assemblano e commercializzano apparecchi di illuminazione

Numerosità: 89

Le aziende appartenenti a questo cluster sono specializzate nella realizzazione delle fasi finali del ciclo produttivo degli apparecchi per illuminazione e nella successiva commercializzazione.

L'organizzazione della produzione è di tipo industriale; la forma giuridica nettamente prevalente è quella societaria (90% dei casi).

Sia gli spazi dedicati all'attività produttiva (405 mq in media) che quelli destinati al magazzino (541 mq) sono ben al di sopra della media dell'intero settore. I mq riservati agli uffici sono in media 101. Il 51% dei soggetti inoltre dispone di spazi espositivi (139 mq). Sono utilizzati in media 10 addetti di cui 2 impiegati, 2 operai generici e 3 operai specializzati.

I ricavi derivano prevalentemente da produzione in conto proprio (l'88% in media). Ben il 72% dei soggetti dichiara di affidare lavorazioni a terzi: in media il costo di tali lavorazioni è pari a 296 milioni di lire.

Il 45% del totale degli acquisti si riferisce a parti di acquisto/componenti.

Per quanto riguarda il tipo di lavorazione, le aziende che appartengono al cluster si occupano principalmente di assemblaggio/montaggio (98% dei casi) e progettazione/installazione di sistemi di illuminazione (34%).

Le fasi realizzate con maggiore frequenza sono il montaggio di parti elettriche (89% dei casi), il collaudo (86% dei casi) e il controllo della qualità (76% dei casi).

I prodotti ottenuti sono costituiti da apparecchi di illuminazione per uso domestico (75% dei casi), per uso industriale (20%), per esterni (21%), da altri apparecchi di illuminazione (24%) e da sistemi di illuminazione (26%).

Il 61% dei soggetti dichiara di possedere locali (45 mq in media) adibiti esclusivamente al controllo della qualità, ed il 42% delle imprese ha in media un dipendente dedicato a tale attività.

La dotazione dei beni strumentali prevede in media 1 pressa, 1 foratrice, 1 saldatrice e 3 postazioni di assemblaggio.

La clientela è rappresentata da commercio al dettaglio (in media il 32% dei ricavi), commercio all'ingrosso (29%), grande distribuzione/distribuzione organizzata (16%).

L'area di mercato riguarda l'intero territorio nazionale. Anche il peso dell'export è rilevante (in media il 45% dei ricavi) ed interessa sia l'Unione Europea che altri paesi.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

---

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- (costo del venduto + costo per la produzione di servizi) dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati gli indicatori economico-contabili specifici dell'attività in esame:

- indice di durata delle scorte = [giacenza media del magazzino / ricavi]* 365

  dove:

  - giacenza media del magazzino = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

- rendimento per addetto = [(ricavi – costo del venduto - costo per la produzione dei servizi) /numero addetti[4]]/1.000

  dove:

  - costo del venduto = Esistenze iniziali – rimanenze finali + acquisti di merci e materie prime
  - numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai qualificati e specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

apprendisti + numero assunti con contratto di formazione lavoro o a termine + numero lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

- numero addetti (società) = numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai qualificati e specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione lavoro o a termine + numero lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori dell'indicatore all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per l'indice di durata delle scorte sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 20° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 1,3,4 e 5.

Per il rendimento per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 3 e 6;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 1 e 2;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 20° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinchè il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nell'allegato 1.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della "funzioni di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'*Analisi Discriminante*[5];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 1.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentra totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo

[5] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza al livello del 99,99% per ogni gruppo omogeneo, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 1.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO **SD22U**

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,1315	1,1177	1,4125
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,9074	1,2646	1,0196
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	28.453,8421	34.615,5004	22.988,0953
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	23.478,0795	34.615,5004	22.988,0953
Spese per acquisti di servizi	1,8951	1,7638	0,8374
Valore dei beni strumentali	-	-	0,1626
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	5.273,6113	7.488,1260	5.660,9082

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO **SD22U**

VARIABILI	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,2115	1,0887	1,0875
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,0896	0,7353	1,6286
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	36.721,5192	23.998,3163	53.334,0648
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	36.721,5192	21.151,1611	53.334,0648
Spese per acquisti di servizi	1,5553	2,2775	0,9077
Valore dei beni strumentali	-	0,1923	0,2211
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	7.814,0084	4.323,4644	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

ALLEGATO 1.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dirigenti
- Numero delle giornate retribuite per i quadri
- Numero delle giornate retribuite per gli impiegati

Quadro B:

- Mq dei locali destinati alla produzione
- Mq dei locali destinati a uffici

Quadro D:

- Spese per servizi integrativi o sostitutivi dei mezzi propri

Quadro E:

- Produzione conto terzi
- Commercializzazione di prodotti acquistati da altre imprese
- Percentuale dei ricavi provenienti dal committente principale
- Agenti e rappresentanti esclusivi (numero)
- Agenti e rappresentanti non esclusivi (numero)
- Numero committenti
- Spese per pubblicità, propaganda e rappresentanza
- Numero di giorni di partecipazione a fiere e mostre
- Lavorazione affidata a terzi - Italia
- Area di mercato estero: U.E.
- Area di mercato estero: extra U.E.
- Tipologia clientela: Industria

- Tipologia clientela: Commercio al dettaglio
- Tipologia clientela: Privati
- Tipologia clientela: Enti pubblici
- Export (U.E., extra U.E.)

Quadro G:

- Materie prime e semi-lavorati: Metalli – kg
- Materie prime e semi-lavorati: Vernici - kg
- Materie prime e semi-lavorati: Vetro, porcellana - kg
- Materie prime e semi-lavorati: agenti chimici per processi di trattamento superficiale – kg
- Tipo di lavorazione: Lavorazione metallo
- Tipo di lavorazione: Lavorazione componenti plastici
- Tipo di lavorazione: Lavorazione vetro, porcellana, carta, stoffa
- Tipo di lavorazione: Trattamenti superficiali
- Tipo di lavorazione: Assemblaggio/Montaggio
- Tipo di lavorazione: Applicazione materiali isolanti
- Fasi di lavorazione: Sagomatura
- Fasi di lavorazione: Saldatura
- Fasi di lavorazione: Foratura
- Fasi di lavorazione: Verniciatura
- Fasi di lavorazione: Inserimento guarnizioni/ materiali isolanti
- Fasi di lavorazione: Cablaggio circuiti

- Fasi di lavorazione: Montaggio parti elettriche
- Fasi di lavorazione: Collaudo
- Prodotti ottenuti: Componenti e semilavorati
- Prodotti ottenuti: Apparecchi da illuminazione - domestica
- Prodotti ottenuti: Apparecchi da illuminazione - insegne
- Mq dei locali destinati a laboratorio Controllo qualità
- Addetti esclusivamente al Controllo qualità
- Addetti alla progettazione sistemi illuminazione
- Addetti alle installazioni
- Ripartizione percentuale degli acquisti: Materie prime
- Ripartizione percentuale degli acquisti: Parti d'acquisto/componenti

Quadro I:

- Tranciatrici
- Confezionatrici/Blisterizzatrici
- Piegatrici
- Foratrici
- Saldatrici

ALLEGATO 2

Nota Tecnica e Metodologica

SD25U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ISTAT:

- 18.30.A - Preparazione e tintura di pelli;
- 19.10.0 - Preparazione e concia del cuoio.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SD25).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 2.216, di cui 163 relativi al codice 18.30.A e 2.053 relativi al codice 19.10.0. I questionari restituiti sono stati 1.328 (rispettivamente 119 e 1.209 per i due codici) pari al 59,9% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 410 questionari, pari al 30,9% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%, ad eccezione di attività quali la commercializzazione diretta di prodotti finiti;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- quadro E del questionario (produzione e commercializzazione) non compilato;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di produzione in conto proprio/conto terzi e commercializzazione (quadro E del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro E del questionario);
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 918.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di clientela, all'area di mercato, alle diverse modalità di espletamento dell'attività (materie prime, tipologia delle pelli utilizzate, fasi del ciclo produttivo), etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare otto gruppi omogenei di imprese. Le imprese appartenenti ad ogni cluster presentano caratteristiche strutturali simili tra loro e, nel complesso, diverse da quelle delle imprese appartenenti agli altri gruppi omogenei.

I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- le modalità organizzative caratterizzanti il processo produttivo;
- la dimensione della struttura organizzativa;
- la specializzazione per tipologia di pelle lavorata.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Aziende converter o semiconverter

Numerosità: 135

Le imprese del cluster dispongono di una struttura organizzativa che prevede prevalentemente società di persona e di capitali (79%), in cui risultano occupati in media 5 addetti.

Gli spazi destinati alla produzione sono mediamente di 403 mq. a cui si affiancano complessivamente 220 mq di magazzino e 29 mq di uffici.

Il cluster è costituito prevalentemente da aziende operanti in conto proprio (in media il 74% dei ricavi) converter e semiconverter, come testimoniano la commercializzazione di prodotti finiti acquistati da terzi (presente nel 32% dei casi con il 52% di incidenza media sui ricavi) e le voci del ciclo produttivo poco compilate se non per le fasi finali di produzione, quali: tintura (31% dei soggetti), essiccazione (30%) e rifinitura (46%). Inoltre, nel 68% dei casi, le imprese del gruppo affidano a terzi in tutto o in parte il loro processo produttivo. Di conseguenza anche la dotazione di beni strumentali è trascurabile e limitata alle fasi di lavorazione indicate.

La tipologia prevalente di pelli utilizzate è quella bovina (in media il 60% dei ricavi) ed il 68% delle imprese effettua acquisti di materie prime e/o semilavorati presso concerie italiane o estere.

La tipologia di clientela è rappresentata principalmente da imprese di trasformazione del prodotto finito (in media il 40% dei ricavi) e da commercianti al dettaglio e all'ingrosso (28%); i settori di destinazione

prevalenti sono le calzature e l'abbigliamento con una percentuale media complessiva sui ricavi del 65%.

La rete di vendita è costituita da 2 agenti e rappresentanti non esclusivi.

Le aziende del gruppo operano su mercato nazionale ed estero; in particolare la percentuale dei ricavi conseguiti con esportazioni effettuate verso clientela al di fuori del territorio nazionale è tra le più elevate (21%).

Cluster 2 - Aziende specializzate nella lavorazione di pelli in pelo di pregio

Numerosità: 42

Il cluster è costituito da aziende con una struttura organizzativa contenuta: si tratta prevalentemente di ditte individuali (55%) in cui risultano occupati in media 4 addetti, di cui 3 dipendenti.

Gli spazi dedicati alla produzione ammontano in media a circa 260 mq, quelli destinati al magazzino a 87 mq, mentre gli uffici sono presenti con una superficie media di 10 mq.

Si tratta di aziende operanti prevalentemente in conto terzi (in media il 72% dei ricavi).

Le imprese del cluster sono specializzate nella lavorazione delle pelli in pelo di pregio (in media il 62% dei ricavi) coerentemente con il settore di destinazione principale che è rappresentato dalla pellicceria (53% dei ricavi).

La clientela prevalente è rappresentata da imprese di trasformazione del prodotto semilavorato (in media il 38% dei ricavi), ma occorre sottolineare che, nel 38% dei casi, il 91% dei ricavi deriva dalla voce "altri", nella quale possono essere confluiti i privati. L'area di mercato è prevalentemente comunale e/o provinciale.

Cluster 3 - Aziende di grandi dimensioni in conto proprio

Numerosità: 52

Si tratta di imprese strutturate rappresentate per il 96% da società di persone o di capitali. Il numero di addetti è decisamente tra i più elevati, in media 17, di cui 16 dipendenti; dispongono di ampi spazi, sia quelli destinati alla produzione (oltre 1.400 mq. in media) che al magazzino (990 mq. in media), cui si affiancano spazi per altre attività gestionali quali gli uffici (98 mq.).

La produzione viene svolta quasi esclusivamente in conto proprio (in media l'80% dei ricavi).

Si tratta di imprese specializzate nella lavorazione della pelle bovina (84% dei ricavi) che nel 79% dei casi acquistano presso concerie italiane o estere. Le fasi tipiche della produzione sono: riconcia (75% dei casi), tintura (83%) e rifinitura (77%), mentre i beni strumentali più presenti sono i tunnel di spruzzatura, le pigmentatrici, le palissonatrici e le rasatrici. L'88% delle imprese affida a terzi alcune lavorazioni.

Per l'attività di commercializzazione le imprese del cluster si avvalgono di una rete di vendita composta in media di 6 agenti e rappresentanti non esclusivi investendo parte delle proprie risorse finanziarie in pubblicità, propaganda e rappresentanza.

La clientela prevalente è rappresentata da imprese di trasformazione del prodotto finito (in media il 63% dei ricavi) e da commercianti all'ingrosso (13%).

Le aziende di tale gruppo operano principalmente su mercato pluriregionale e nazionale. Importante è la quota di export che rappresenta il 30% dei ricavi.

Cluster 4 - Aziende in conto proprio a ciclo completo

Numerosità: 75

Si tratta di imprese rappresentate quasi esclusivamente da società (91% dei casi) che operano con una struttura di ampie dimensioni articolata in spazi produttivi (930 mq.), magazzino (416 mq.) e uffici (39 mq.) e in cui risultano occupati mediamente 8 addetti, di cui 6 dipendenti.

Il ciclo di lavorazione delle pelli e del cuoio, svolto per l'89% dei ricavi in conto proprio, è completo: dalla materia prima alla lavorazione del semilavorato e del prodotto finito.

Infatti, le fasi di produzione che caratterizzano questo cluster sono: rinverdimento (91% dei soggetti), depilazione (92%), decalcinazione (92%), concia (100%), riconcia (88%), tintura (76%), essiccazione o asciugatura (68%), rifinitura (69%). Importante è il ricorso alle lavorazioni affidate a terzi che si verifica nell'88% dei casi.

La tipologia di pelle utilizzata nella lavorazione è quasi esclusivamente quella bovina (88% dei ricavi) acquistata prevalentemente presso le concerie italiane o estere e presso i grossisti.

L'industria di trasformazione del prodotto finito rappresenta la clientela principale di tale gruppo (in media il 73% dei ricavi) su un area di mercato prevalentemente nazionale. Inoltre il 65% delle imprese esporta i propri prodotti con un'incidenza media sui ricavi del 28%.

Cluster 5 - Piccole aziende artigianali in conto terzi

Numerosità: 374

Si tratta nel 58% dei casi di società di persone che operano con una struttura organizzativa che prevede spazi dedicati alla produzione in media di 248 mq e al magazzino (31 mq.), in cui sono impiegati 6 addetti, di 4 dipendenti.

Le imprese del cluster lavorano esclusivamente in conto terzi (98% dei ricavi) e la tipologia di pelle utilizzata è prevalentemente bovina (con un'incidenza media sui ricavi del 48%).

La fase di lavorazione maggiormente indicata è la rifinitura (57% dei casi).

L'industria di trasformazione del prodotto semilavorato rappresenta la clientela principale delle imprese del cluster (in media il 70% dei ricavi), coerentemente con il tipo di prodotto, cioè pellame greggio che deve successivamente essere sottoposto ad altre fasi di lavorazione per poter essere commercializzato.

L'area di mercato prevalente è a livello provinciale e/o regionale.

Cluster 6 - Aziende in conto terzi di grandi dimensioni

Numerosità: 101

Il cluster è rappresentato quasi esclusivamente da società (92% delle imprese) che operano con una struttura organizzativa articolata e caratterizzata dal più elevato numero di addetti (18 in media di cui 16 dipendenti), ampi spazi destinati alla produzione (844 mq.) e al magazzino (227 mq.) con presenza di uffici (34 mq.).

Le imprese del cluster lavorano esclusivamente in conto terzi (in media il 98% dei ricavi) ed il 90% dichiara di avere più di 5 committenti.

La pelle bovina è la tipologia prevalente di pelle utilizzata nella lavorazione (in media il 78% dei ricavi).

La fase di lavorazione più indicata è la rifinitura (57% dei casi), ma è questo il cluster dove si concentra il maggior numero di imprese specializzate nella fase di essiccamento o asciugatura (47%) utilizzando in media 2 essiccatoi ad aria e/o riscaldati.

L'industria di trasformazione del prodotto semilavorato rappresenta la clientela principale di tale gruppo (in media il 63% dei ricavi) seguita dall'industria di trasformazione del prodotto finito (26%).

L'area di mercato prevalente parte dal livello provinciale e si estende al livello interregionale.

Cluster 7 - Aziende specializzate nella lavorazione di pelle caprina e ovina

Numerosità: 87

Le aziende del cluster sono costituite quasi esclusivamente in forma societaria (90%); il personale è composto in media da 10 addetti, di cui 7 dipendenti; ampi spazi sono destinati alla produzione e al magazzino (rispettivamente 977 mq. e 290 mq. in media) e sono presenti uffici di dimensioni pari a 40 mq.

Le imprese del cluster lavorano sia in conto proprio che in conto terzi (rispettivamente il 56% ed il 42% dei ricavi) facendo anche ricorso a lavorazioni di terzi nell'80% dei casi e si caratterizzano per la lavorazione di pelli caprine e ovine destinate essenzialmente ai settori dell'abbigliamento e delle calzature.

Le principali fasi di lavorazione svolte sono: riconcia (75% delle imprese), tintura (82%), essiccazione o asciugatura (80%) e rifinitura (90%).

La dotazione di beni strumentali comprende, oltre a bottali, smerigliatrici, essiccatoi, tunnel di spruzzatura, palissonatrici, lucidatrici, stiratrici e rasatrici.

La tipologia di clientela è suddivisa tra industria di trasformazione del prodotto finito, del prodotto semilavorato e commercianti all'ingrosso (rispettivamente con il 44%, il 16% e il 33% dei ricavi).

L'area di mercato è prevalentemente pluriregionale e nazionale con una modesta presenza di export (mediamente il 10% dei ricavi).

Cluster 8 - Aziende in conto terzi a ciclo completo

Numerosità: 42

Si tratta di aziende organizzate in forma societaria (86%), che operano con una struttura di ampie dimensioni articolata in spazi destinati alla produzione (1.193 mq. in media), magazzino (500 mq.) e uffici (42 mq.) e in cui risultano occupati mediamente 10 addetti, di cui 8 dipendenti.

Le imprese del cluster lavorano in conto terzi (93% dei ricavi), facendo anche ricorso, nei periodi di maggiore attività, alle lavorazioni affidate a terzi (67% dei soggetti). Inoltre il 74% delle imprese del cluster dichiara di avere oltre 5 committenti.

Il ciclo di lavorazione effettuato è completo ed composto dalle fasi di rinverdimento (98% dei casi), depilazione (93%), decalcinazione (88%), concia (98%), riconcia (71%), tintura (55%), essiccazione (29%), rifinitura (48%).

Il 53% dei ricavi deriva dalla lavorazione di pelle bovina.

La tipologia di clientela è rappresentata principalmente da imprese di trasformazione del prodotto semilavorato (in media il 54% dei ricavi) e da imprese di trasformazione del prodotto finito (30%). L'area di mercato è a livello prevalentemente regionale e/o interregionale.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- (costo del venduto + costo per la produzione di servizi) dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente è stato utilizzato un indicatore economico-contabile specifico delle attività in esame:

- rendimento per addetto = [(ricavi – costo del venduto – costo per la produzione di servizi)/numero addetti[4]]/1.000

---

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

dove:

• costo del venduto =	Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali
• numero addetti = (ditte individuali)	1 + numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai qualificati e specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine + numero lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
• numero addetti = (società)	Numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai qualificati e specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine + numero lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in

partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica dell' indicatore precedentemente definito e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori dell'indicatore all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per il rendimento per addetto è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 5° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile nei cluster 1 e 5. Per i cluster 6 e 7 sono state selezionate le imprese che presentano un valore dell'indicatore al di sotto dell'estremo superiore del 19° ventile; per i restanti cluster non è stato fissato alcun intervallo.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise.

Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nell'allegato 2.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della "funzione di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'*Analisi Discriminante*[5];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 2.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentra totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

---

[5] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza al livello del 99,99% per ogni gruppo omogeneo, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 2.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO **SD25U**

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto + costo per la produzione di servizi	1,0984	1,1358	1,0856	1,0711
Quadrato di (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)	-0,7428	-	-	-
Costo del venduto + Costo per la produzione dei servizi per valori superiori a 400 milioni	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali	0,2606	0,1406	0,2204	0,3644
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	-	-	-	-
Spese per acquisti di servizi	1,1045	1,7849	0,7191	0,8486
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,2725	1,1892	1,6015	1,6978
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	52348,6186	32019,2672	-	83425,8954
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	28350,2118	-	-

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto + costo per la produzione di servizi	1,1703	1,0878	1,0646	1,3303
Quadrato di (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)	-	-	-	-
Costo del venduto + Costo per la produzione dei servizi per valori superiori a 400 milioni	-0,2359	-	-	-
Valore dei beni strumentali	0,2224	0,2050	0,1882	0,2860
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	7721,4236	-	-	-
Spese per acquisti di servizi	0,8863	0,8728	0,8479	0,5737
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,3470	1,2831	1,3006	1,8190
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	40633,4760	65062,6918	55776,0082	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	31746,1588	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Le variabili elevate al quadrato sono divise per 10^8.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

ALLEGATO 2.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro ANAGRAFICO:

- Attività esercitata: Artigiano

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dirigenti
- Numero delle giornate retribuite per i quadri
- Numero delle giornate retribuite per gli impiegati
- Numero delle giornate retribuite per gli operai generici
- Numero delle giornate retribuite per gli operai qualificati e specializzati
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine
- Numero delle giornate retribuite per i lavoranti a domicilio

Quadro B:

- Potenza installata (Kw)
- Mq dei locali destinati a magazzino
- Mq degli spazi all'aperto destinati a magazzinaggi vari
- Mq dei locali destinati a uffici
- Mq dei locali destinati ad altri servizi
- Mq degli spazi all'aperto destinati ad altri servizi

Quadro D:

- Spese per servizi integrativi o sostitutivi dei mezzi propri

Quadro E:

- Produzione conto proprio
- Produzione conto terzi
- Numero committenti (oltre 5 committenti)
- Lavorazione affidata a terzi - Italia
- Lavorazione affidata a terzi - U.E.
- Lavorazione affidata a terzi - EXTRA U.E.
- Numero agenti e rappresentanti esclusivi
- Numero agenti e rappresentanti non esclusivi
- Area di mercato Nazionale: comune
- Area di mercato Nazionale: provincia
- Area di mercato Nazionale: regione
- Area di mercato Estero: U.E
- Area di mercato Estero: extra U.E.
- Tipologia di clientela: Commercianti all'ingrosso
- Tipologia di clientela: Commercianti al dettaglio
- Tipologia di clientela: Altri
- Tipologia di clientela: Export (U.E., extra U.E.)

Quadro G:

- Acquisti di materie prime e semilavorati: Concerie in Italia
- Acquisti di materie prime e semilavorati: Concerie all'estero
- Acquisti di materie prime e semilavorati: Grossisti

- Acquisti di materie prime e semilavorati: Altri
- Tipologia delle pelli utilizzate: Bovina
- Tipologia delle pelli utilizzate: Caprina
- Tipologia delle pelli utilizzate: Pelli in pelo di pregio - Altissimo
- Tipologia delle pelli utilizzate: Pelli in pelo di pregio - Alto
- Tipologia delle pelli utilizzate: Pelli in pelo di pregio - Medio
- Tipologia delle pelli utilizzate: Pelli in pelo di pregio - Basso
- Fasi della produzione: Rinverdimento
- Fasi della produzione: Depilazione o calcinazione
- Fasi della produzione: Decalcinazione (o Purga o Macerazione)
- Fasi della produzione: Concia
- Fasi della produzione: Riconcia
- Fasi della produzione: Messa al vento (Essiccamento o Asciugatura)
- Fasi della produzione: Rifinitura
- Settore di destinazione: Pellicceria
- Costi e spese specifici: Premi di assicurazione
- Costi e spese specifici: Prodotti chimici utilizzati nella lavorazione
- Costi e spese specifici: Depurazione e smaltimento

Quadro I:

- Numero bottali
- Numero tunnel di spruzzatura/spazzolatrici
- Numero palissonatrici

- Numero lucidatrici
- Numero presse per stampare
- Numero stiratrici
- Numero battitrici
- Numero pulitrici

ALLEGATO 3

Nota Tecnica e Metodologica

SD26U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 18.10.0 – Confezione di vestiario in pelle.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SD26).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 1.764. I questionari restituiti sono stati 965 pari al 54,7% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 225 questionari, pari al 23,3% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%, ad eccezione di attività quali la commercializzazione diretta di prodotti finiti;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- quadro E del questionario (produzione e commercializzazione) non compilato;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di produzione in conto proprio/conto terzi e commercializzazione (quadro E del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro E del questionario);
- compilazione di più quadri N (punti destinati all'esercizio esclusivo della vendita al dettaglio);
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 740.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di clientela, all'area di mercato, alle diverse modalità di espletamento dell'attività (materie prime, tipo di prodotto, fasi del ciclo produttivo), etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare sei gruppi omogenei di imprese. Le imprese appartenenti ad ogni cluster presentano caratteristiche strutturali simili tra loro e, nel complesso, diverse da quelle delle imprese appartenenti agli altri gruppi omogenei.

I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- tipologia dell'attività (conto proprio, conto terzi);
- la dimensione della struttura organizzativa;
- il ciclo di produzione/lavorazione.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 – Piccoli laboratori artigiani in conto proprio con vendita a privati

Numerosità: 101

I soggetti presenti in questo cluster sono dotati di una struttura tipicamente artigianale: si tratta di aziende individuali (79% dei casi) gestite direttamente dal titolare raramente affiancato da personale dipendente. La struttura produttiva è di dimensioni ridotte (40 mq in media dedicati alla produzione), ma con una presenza relativamente consistente di locali contigui adibiti alla vendita (in media 37 mq nel 50% dei casi) e di punti vendita esterni (in media 33 mq nel 17% dei casi).

Questi piccolissimi laboratori artigianali operano prevalentemente in conto proprio (in media 81% dei ricavi) ed effettuano i loro acquisti nella maggior parte dei casi presso grossisti (il 77% dei soggetti).

Il ciclo di lavorazione interno riguarda le fasi fondamentali della produzione: controllo e scelta delle pelli (73% delle imprese), taglio (94%), cucitura e rifinitura (99%) e stiro (78%). Tali imprese svolgono l'attività prevalentemente a livello sartoriale data la rilevante presenza di vendita a privati di capi confezionati su misura (il 59% dei soggetti realizza in media il 50% dei ricavi) e, pur essendo specializzate nella confezione di abbigliamento in pelle, diversificano in parte la propria gamma con altri prodotti (nel 52% dei casi).

La dotazione strumentale è coerente con la dimensione della struttura e comprende in media un tavolo da taglio, 2 macchine da cucire per pelle ed un ferro da stiro professionale.

La tipologia di clientela è rappresentata quasi esclusivamente da privati (mediamente l'86% dei ricavi), mentre l'area di mercato è in massima parte comunale e provinciale.

Cluster 2 – Piccole aziende integrate operanti in conto proprio

Numerosità: 195

La struttura organizzativa delle aziende raggruppate in questo cluster è costituita in prevalenza da ditte individuali (68% dei soggetti) nelle quali operano in media 2 addetti, di cui uno dipendente. Gli spazi dedicati alla produzione sono in genere di dimensioni limitate (69 mq in media) e in molti casi sono presenti anche il magazzino (34 mq) e gli uffici (10 mq).

Le aziende rientranti in questo cluster operano principalmente in conto proprio (in media l'85% dei ricavi), con un ciclo di lavorazione integrato, concentrando all'interno tutte le fasi dalla modellistica alla gestione magazzino prodotto finito e consegna.

La dotazione strumentale comprende: 2 tavoli da taglio, una taglierina, 3 macchine da cucire e un ferro da stiro professionale.

La clientela è rappresentata per la maggior parte da commercianti al dettaglio (con una percentuale media sui ricavi del 63%) e in misura minore da commercianti all'ingrosso (19% dei ricavi). L'area di mercato prevalente è pluri-regionale e nazionale, con presenza di export nel 25% dei casi.

Cluster 3 – Aziende in conto proprio che esternalizzano alcune fasi della lavorazione

Numerosità: 101

Le aziende appartenenti a questo cluster sono rappresentate da società nel 61% dei casi (società di persone 23% e società di capitali 38%). Il numero di addetti è in media di 3 unità, di cui uno dipendente, e la struttura produttiva è in media di 79 mq; si rileva inoltre la presenza di spazi adibiti a magazzino (62 mq) e ad uffici (15 mq).

Si tratta di aziende che operano prevalentemente in conto proprio (il 72% dei ricavi) e che in alcuni casi commercializzano prodotti finiti acquistati da terzi (il 34% dei soggetti con una media del 47% dei ricavi). Gli acquisti vengono effettuati prevalentemente presso industria e artigiani (71% dei soggetti).

Il ciclo produttivo non viene svolto completamente all'interno dell'impresa, infatti nel 54% dei casi parte del processo viene esternalizzato.

Il comparto prevalente è l'abbigliamento in pelle (in media il 70% dei ricavi), ma in misura minore vengono trattati anche altri prodotti (35% dei casi).

La dotazione strumentale comprende in media un tavolo da taglio, una taglierina e 2 macchine da cucire per pelle.

La tipologia di clientela è rappresentata principalmente da commercianti al dettaglio (in media il 49% dei ricavi), all'ingrosso (28%) e, in misura marginale, anche dalla grande distribuzione organizzata. L'area di mercato è in gran parte pluri-regionale o nazionale. E' presente l'export indicato dal 34% dei soggetti con una percentuale media sui ricavi pari al 34%.

Cluster 4 – Piccoli terzisti monofase

Numerosità: 175

La struttura giuridica prevalente delle aziende appartenenti a questo cluster è la ditta individuale (65% dei casi), con un numero di addetti mediamente pari a 4, di cui 2 dipendenti. La dimensione dei locali destinati allo svolgimento dell'attività è contenuta (76 mq in media) e non comprende spazi significativi destinati ad uffici e a magazzino.

Si tratta di aziende che operano quasi esclusivamente in conto terzi (il 98% dei ricavi), con un numero di committenti pari ad uno nel 21% dei casi, e variabile da 2 e 5 per il 62% delle imprese; è comunque elevato il numero di imprese (91%) con una percentuale media dei ricavi provenienti dal committente principale pari al 73%.

Le aziende del cluster effettuano essenzialmente la fase di cucitura (89% dei casi) e, in misura minore, quella di taglio (39%) e di stiratura (21%).

La dotazione strumentale è coerente con l'attività dichiarata, in quanto consiste mediamente in un tavolo da taglio, 5 macchine da cucire per pelle e una macchina da cucire per tessuto.

La clientela è rappresentata in prevalenza da industria (con una percentuale media sui ricavi del 53%) e artigiani (30%), con un'area di mercato provinciale e regionale.

Cluster 5 – Grandi produttori in conto proprio a ciclo completo

Numerosità: 72

La struttura organizzativa delle realtà presenti in questo cluster è articolata: si tratta quasi esclusivamente di società di capitali (67% dei soggetti) e di persone (26%), che fanno consistente ricorso a personale dipendente (in

media circa 9 unità), per un totale complessivo di 10 addetti. La dimensione dei locali destinati allo svolgimento dell'attività è ampia (276 mq in media), così anche il magazzino (237 mq) e gli uffici (65 mq); si rilevano inoltre in molti casi spazi destinati all'esposizione ed altri servizi.

L'attività si svolge prevalentemente in conto proprio (il 79% dei ricavi) e in alcuni casi è presente la commercializzazione di una piccola parte di prodotti acquistati da terzi (il 40% dei soggetti con una media del 16% dei ricavi). Gli acquisti vengono effettuati quasi esclusivamente presso industria e artigiani (il 96% dei soggetti).

Il ciclo produttivo effettuato è completo e va dalla ricerca e stile alla gestione magazzino, con percentuali elevate anche in fasi non strettamente produttive quali organizzazione della produzione (nel 90% dei casi), controllo e scelta delle pelli (94%) e cartellinatura e imballo (97%). Questo è l'unico cluster in cui si rileva la presenza di addetti destinati esclusivamente al controllo qualità (1 in media), per il 40% delle imprese. Inoltre nel 76% dei casi parte delle lavorazioni viene affidata a terzi.

I soggetti appartenenti a tale cluster sono specializzati nella confezione di abbigliamento in pelle (in media il 75% dei ricavi) e trattano in misura inferiore anche capi in montone (11%).

La dotazione di beni strumentali è consistente, comprendendo in media 3 tavoli da taglio, 2 taglierine, 6 macchine da cucire per pelle, una per tessuto, una taglia e cuci, un ferro da stiro professionale e un manichino a vapore.

La tipologia di clientela è rappresentata in gran parte dal commercio al dettaglio (in media il 46% dei ricavi), dal commercio all'ingrosso (17%) e dalla grande distribuzione organizzata (16%). L'area di mercato è in massima parte pluri-regionale e nazionale ed è rilevante la presenza di export indicato dal 68% dei soggetti con una percentuale media sui ricavi pari al 35%. Questo

cluster raggruppa la maggior parte dei soggetti (64%) che dispongono di una rete di vendita formata mediamente da 4 agenti.

Cluster 6 – Grandi aziende a ciclo completo operanti prevalentemente in conto terzi

Numerosità: 87

La struttura organizzativa delle aziende appartenenti a questo cluster è abbastanza articolata. Si rileva la presenza di società nel 45% dei casi, con un numero di addetti mediamente pari a 6, di cui 4 dipendenti. La struttura produttiva è di 133 mq in media e si rileva la presenza di spazi destinati a magazzino (41 mq) e ad uffici (14 mq).

Si tratta di aziende che operano prevalentemente in conto terzi (dichiarato dal 95% dei soggetti, mediamente con il 73% dei ricavi) e in misura minore in conto proprio (indicato dal 71% dei soggetti con una percentuale media sui ricavi pari al 37%), con un numero di committenti abbastanza ampio (nel 52% dei casi è superiore a 5). Il ciclo di produzione effettuato all'interno è completo e generalmente concentrato nelle fasi tipicamente produttive: taglio (97% delle imprese), cucitura e rifinitura (99%) e stiro (86%); inoltre il 59% delle imprese del cluster affida a terzi parte delle lavorazioni.

L'attività di produzione si concentra sull'abbigliamento in pelle (71% dei ricavi medi) e in diversi casi vengono trattati anche capi in montone (12%) e altro materiale (16%).

La dotazione strumentale è coerente con le dimensioni dell'attività e si caratterizza per la presenza in media di 2 tavoli da taglio, una taglierina, 5 macchine da cucire per pelle, una per tessuto e un ferro da stiro professionale.

La clientela è rappresentata in larga parte da industria e artigiani (in media il 48% dei ricavi) ma si rileva anche, coerentemente con la tipologia di attività,

una quota destinata al commercio all'ingrosso (23%) e al dettaglio (20%). L'area di mercato è in prevalenza pluri-regionale e nazionale ed è presente export nel 33% dei casi.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- (costo del venduto + costo per la produzione di servizi) dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

Successivamente sono stati utilizzati gli indicatori economico-contabili specifici dell'attività in esame:

- indice di durata delle scorte = [giacenza media del magazzino / ricavi]* 365

dove:

- giacenza media del magazzino = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

- rendimento per addetto = [(ricavi – costo del venduto – costo per la produzione di servizi)/numero addetti[4]]/1.000

dove:

- costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

- numero addetti = (ditte individuali) 1 + numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai qualificati e specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine + numero lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

- numero addetti (società) = Numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai qualificati e specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine + numero lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori dell'indicatore all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per l'indice di durata delle scorte sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 1, 2 e 5;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 3 e 6.

Per il cluster 4 non è stato fissato alcun intervallo.

Per il rendimento per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 1, 2 e 4;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 3;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 5 e 6;

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise.

Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della "funzione di ricavo" si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività.

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla territorialità specifica del comparto del confezionamento di vestiario in pelle[5] che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di specializzazione;
- grado di concentrazione;
- grado di densità imprenditoriale.

Nella definizione della funzione di ricavo le aree territoriali sono state rappresentate con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con la variabile "costo del venduto e costo per la produzione di servizi". Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile "costo del venduto e costo per la produzione di servizi ".

Nell'allegato 3.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle "funzioni di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'*Analisi Discriminante*[6];
- la stima del ricavo di riferimento.

---

[5] I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale

[6] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

Nell'allegato 3.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentra totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza al livello del 99,99% per ogni gruppo omogeneo, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 3.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SD26U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
Costo del venduto + costo per la produzione di servizi	1,0720	1,0683	1,1861	1,1595	1,1836	1,0664
Valore dei beni strumentali	-	0,1158	0,1713	-	-	-
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	4033,1516	5307,5156	5552,0994	6109,6242	-	5880,0787
Spese per acquisti di servizi	1,5268	1,6033	0,5860	1,2782	0,6573	1,2332
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,2870	0,9769	1,2408	1,0601	1,3067	1,1558
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	15126,8741	15136,0794	-	24893,1731	-	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12271,6720	-	-	20086,5883	-	-

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL (COSTO DEL VENDUTO + COSTO PER LA PRODUZIONE DI SERVIZI)

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMPARTO DELLA CONFEZIONE DI VESTIARIO IN PELLE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
1) Aree despecializzate o completamente prive di attività imprenditoriali nel comparto	-	-	-	-	-	-
2) Aree caratterizzate dalla specializzazione nel confezionamento di vestiario in pelle in prossimità di distretti dell'abbigliamento o della concia	-	0,0405	-	-	0,0577	0,0457
3) Aree metropolitane ad alto tasso di industrializzazione e con concentrazione di attività di confezionamento di vestiario in pelle	-	-	-	-	-	-
4) Aree caratterizzate da specializzazione e concentrazione nel confezionamento di vestiario in pelle	-	0,0405	-	-	0,0577	0,0457

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

ALLEGATO 3.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro ANAGRAFICO:

- Attività esercitata: Artigiano

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dirigenti
- Numero delle giornate retribuite per i quadri
- Numero delle giornate retribuite per gli impiegati
- Numero delle giornate retribuite per gli operai generici
- Numero delle giornate retribuite per gli operai qualificati e specializzati
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine
- Numero delle giornate retribuite per i lavoranti a domicilio

Quadro B:

- Mq dei locali destinati alla produzione
- Mq dei locali destinati a magazzino
- Mq degli spazi all'aperto destinati a magazzino
- Mq dei locali destinati a uffici

Quadro E:

- Produzione conto proprio
- Produzione conto terzi
- Numero committenti (da 2 a 5 committenti)

- Numero committenti (oltre 5 committenti)
- Lavorazione affidata a terzi - Italia
- Lavorazione affidata a terzi - U.E.
- Lavorazione affidata a terzi - EXTRA U.E.
- Percentuale dei ricavi provenienti dal committente principale
- Spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza
- Area di mercato Nazionale (più regioni)
- Area di mercato Nazionale (Italia)
- Tipologia clientela: Industria
- Tipologia clientela: Artigiani
- Tipologia di clientela: Commercio al dettaglio
- Tipologia di clientela: Commercio ambulante
- Tipologia di clientela: Privati
- Tipologia di clientela: Export (U.E., extra U.E.)

Quadro G:

- Fasi della produzione: Modellistica
- Fasi della produzione: Prototipia
- Fasi della produzione: Controllo e scelta delle pelli
- Fasi della produzione: Taglio
- Fasi della produzione: Cucitura, rifinitura e fasi collegate
- Fasi della produzione: Stiro
- Fasi della produzione: Cartellinatura e imballo

- Fasi della produzione: Gestione magazzino prodotto finito e consegna
- Prototipi presenti nei campionari (numero)
- Prodotti finiti: Confezione capi in pelle (% sui ricavi)
- Prodotti finiti: Confezione capi su misura (% sui ricavi)

ALLEGATO 4

Nota Tecnica e Metodologica

SD29U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 26.61.0 – Fabbricazione di prodotti in calcestruzzo per l'edilizia.
- 26.63.0 – Fabbricazione di calcestruzzo pronto per l'uso.
- 26.66.0 – Fabbricazione di altri prodotti in calcestruzzo, gesso e cemento.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SD29).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 3.992. I questionari restituiti sono stati 2.262 (rispettivamente 841, 571 e 850 per i tre codici), pari al 56,7% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 629 questionari, pari al 27,8% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%, ad eccezione di attività quali la commercializzazione diretta di prodotti finiti;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- quadro E del questionario (produzione e commercializzazione) non compilato;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- compilazione di più quadri N (punti destinati all'esercizio esclusivo della vendita al dettaglio);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di produzione in conto proprio/conto terzi e commercializzazione (quadro E del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro E del questionario);
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 1633.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di attività, al comparto di riferimento, alla profondità del ciclo produttivo, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare sette gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- dimensione della struttura organizzativa;
- tipologia dei prodotti realizzati.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Imprese di piccole dimensioni produttrici di elementi prefabbricati

Numerosità: 333

Il gruppo comprende imprese di piccole dimensioni che operano sia in forma di ditta individuale che di società.

Gli spazi destinati alla produzione sono esigui e si ripartiscono tra locali interni (in media 363 mq) e spazi all'aperto (374 mq). I locali interni destinati a magazzino sono di 89 mq mentre gli spazi all'aperto di 924 mq.

Gli addetti all'attività sono mediamente 3, di cui 2 dipendenti.

La produzione è effettuata per il 68% dei ricavi in conto proprio.

Le ridotte dimensioni e la presenza di lavorazioni di materiali in alternativa al cemento, quali ad esempio il gesso, hanno come effetto diretto un basso consumo di cemento ed inerti oltre ad una non troppo alta percentuale di soggetti (poco più del 30%), che dichiara di svolgere le fasi di betonaggio e di realizzazione del getto.

La dotazione di beni strumentali è coerente con le fasi svolte.

La tipologia di prodotti realizzati è piuttosto eterogenea anche se risulta prevalente la produzione di elementi prefabbricati vari (46% dei casi) cui si affianca la realizzazione di elementi decorativi (20%).

La tipologia di clientela è articolata ed è rappresentata da privati (in media il 22% dei ricavi), da artigiani e imprese edili (19%), da industria e commercio al dettaglio (11%) e da commercio all'ingrosso (10%).

L'area di mercato è provinciale, regionale, pluriregionale.

Cluster 2 - Produttori di grandi dimensioni di strutture prefabbricate

Numerosità: 71

Il cluster raggruppa imprese di grandi dimensioni che si occupano della realizzazione di strutture prefabbricate (76% di società di capitali e 18% di società di persone).

Le unità locali destinate all'attività sono molto ampie: i locali interni adibiti alla produzione sono in media di 4.327 mq mentre gli spazi all'aperto sono di 1.122 mq; i locali e gli spazi all'aperto adibiti a magazzino sono rispettivamente di 753 mq e 6.435 mq; l'elevato fabbisogno di aree da adibire alla produzione ed al magazzino è motivato oltre che dalla quantità dei prodotti realizzati anche dalla loro dimensione. Gli uffici hanno una superficie media di 190 mq.

Gli addetti all'attività sono mediamente 17, di cui 16 dipendenti tra i quali si rileva la presenza di 3 impiegati.

La produzione è equamente distribuita tra conto terzi e conto proprio.

Le attività svolte coinvolgono la quasi totalità delle fasi del processo produttivo comprendendo inoltre la fase preliminare di progettazione (75% dei casi) e la fase di installazione delle strutture prefabbricate realizzate (55%).

La dotazione di beni strumentali è composta in media da una centrale di betonaggio con capacità produttiva di 15 m^3/ora, 3 silos, una autogru, un dumper, 4 carriponte, 3 benne, un banco di taglio, 4 saldatrici, un autoclave e un estrusore.

I prodotti ottenuti riguardano prevalentemente le strutture prefabbricate: pilastri (94% dei soggetti), travi (91%), pannelli di tamponamento (89%),

sistemi di copertura (89%), plinti (72%) nonché strutture prefabbricate integrate (79%).

La tipologia di clientela prevalente è rappresentata da industria (37% dei ricavi) e imprese edili (17%).

Nonostante le problematiche connesse alla logistica, tipiche delle realizzazioni di strutture prefabbricate, la produzione trova sbocco in un'area di mercato principalmente pluriregionale (48%) per arrivare in alcuni casi a coprire l'intero territorio nazionale (8%).

Cluster 3 - Imprese di piccole dimensioni produttrici in prevalenza di arredo urbano ed elementi decorativi

Numerosità: 344

Il cluster comprende imprese di piccole dimensioni equamente distribuite tra ditte individuali e società.

Gli spazi interni ed esterni dedicati alla produzione sono rispettivamente di 534 mq e 448 mq in media; i locali destinati a magazzino risultano di 133 mq mentre gli spazi all'aperto sono di 1.514 mq.

Il numero di addetti è pari a 5, di cui 3 dipendenti.

La produzione è realizzata prevalentemente in conto proprio (in media il 62% dei ricavi); non trascurabile è il peso della commercializzazione di prodotti finiti acquistati da terzi (13% dei ricavi).

Le fasi del processo produttivo svolte dalle imprese del cluster sono: betonaggio (86% dei casi), realizzazione di armature (71%), realizzazione di casseforme, casseri e stampi (59%), getto (93%), maturazione naturale (92%).

La dotazione di beni strumentali prevede una centrale di betonaggio con una portata di 11 m^3/ora, un silos, una saldatrice.

L'attività prevalente consiste nella produzione di elementi decorativi (43% dei soggetti) e la realizzazione di prodotti di arredo urbano (38%), cui si affiancano altri elementi prefabbricati.

La tipologia di clientela più numerosa è rappresentata da imprese edili (49% dei ricavi), seguita da privati e commercio all'ingrosso (entrambe con circa il 14%).

L'area di mercato va dal livello provinciale a quello pluriregionale con una prevalenza di quella regionale (36% dei casi).

Cluster 4 - Imprese di grandi dimensioni produttrici di strutture ed elementi prefabbricati

Numerosità: 130

Il gruppo è composto da imprese di grandi dimensioni la cui figura giuridica più diffusa è la società (65% di capitali, 31% di persone).

I locali interni e gli spazi all'aperto adibiti alla produzione occupano una superficie media rispettivamente di 2.539 mq e 1.271 mq; i magazzini interni sono di 582 mq mentre quelli esterni ammontano a 8.731 mq. I locali destinati ad ufficio sono di 132 mq.

Gli addetti all'attività sono pari a 16, di cui 15 dipendenti; queste imprese fanno ricorso a 3 impiegati per lo svolgimento delle funzioni amministrative.

La quota di ricavi derivanti dalle produzioni in conto proprio è del 62% ed è presente una quota seppur limitata di commercializzazione di prodotti finiti acquistati da terzi (13%).

Il processo produttivo è estremamente integrato come si evince dalla presenza di gran parte delle fasi che lo compongono quali: progettazione (58% dei casi), betonaggio (87%), realizzazione armature (66%), getto (86%), maturazione naturale (78%) e accelerata (43%).

La dotazione di beni strumentali è composta in media da una centrale di betonaggio con capacità produttiva di 17 m^3/ora, 3 silos, un dumper, 2 carriponte, una benna, un banco di taglio, 2 saldatrici.

Il consumo di tondino di ferro delle imprese in oggetto è il più alto tra tutti i cluster.

Le produzioni interessano un po' tutte le tipologie di prodotti anche se risulta più rilevante la realizzazione di strutture prefabbricate integrate e altri elementi prefabbricati.

Per quanto riguarda la tipologia di clientela, il 49% dei ricavi deriva da imprese edili, il 15% da commercio all'ingrosso; le altre tipologie assumono valori che non raggiungono il 10%.

L'area di mercato nella metà dei casi è pluriregionale; questo è il cluster in cui si concentra il maggior numero di imprese (22%) che esportano i propri prodotti.

Cluster 5 - Produttori di calcestruzzo pronto all'uso

Numerosità: 365

Il cluster è composto da imprese di dimensioni medio-grandi che operano nel 55% dei casi sotto forma di società di capitali e nel 29% di società di persone.

La particolare tipologia del processo produttivo si evidenzia nella presenza di ampie superfici all'aperto destinate alla produzione pari a circa 2.770 mq. Le altre unità locali adibite sia alla produzione che al magazzino assumono valori al di sotto della media di settore.

L'elevato grado di automazione della produzione richiede un basso apporto di manodopera; il numero di addetti infatti è di 7 unità, di cui 6 dipendenti.

Le imprese del settore producono quasi esclusivamente calcestruzzo; il processo produttivo è estremamente semplice e prevede principalmente la fase di miscelazione tra gli inerti ed il cemento (betonaggio) indicato dal 92% degli appartenenti al cluster. Il consumo di materie prime è molto alto sia per il cemento (circa 65.000 q.li in media) che per gli inerti (circa 383.000 q.li).

Le imprese del cluster utilizzano mediamente una centrale di betonaggio con una capacità produttiva pari a 62 m^3/ora e 3 silos; possiedono 5 autobetoniere con e senza pompa, una pompa autocarrata e un dumper.

Il prodotto realizzato è diretto essenzialmente alle imprese edili la cui percentuale sui ricavi è del 70%.

L'area di mercato è fortemente vincolata ad un contesto provinciale o al più regionale per motivi di natura tecnica, dovuti all'essiccazione in tempi rapidi del calcestruzzo.

Cluster 6 - Produttori di strutture prefabbricate di piccole dimensioni

Numerosità: 117

Sono comprese all'interno di questo gruppo imprese di piccole dimensioni che realizzano strutture prefabbricate e operano nel 62% dei casi come società.

I locali interni e gli spazi all'aperto destinati alla produzione sono rispettivamente di 635 mq e 598 mq mentre i locali adibiti a magazzino superano di poco i 100 mq e quelli all'aperto i 1.900 mq.

Il numero di addetti all'attività è di 5 unità, di cui 3 dipendenti.

La produzione è realizzata prevalentemente in conto proprio (64% dei ricavi).

Le attività svolte coinvolgono la quasi totalità delle fasi del processo produttivo ma, a differenza del cluster 2, è poco presente la fase di progettazione e installazione.

La dotazione di beni strumentali è composta in media da una centrale di betonaggio con capacità produttiva di 17 m^3/ora, un silos, un autogru, una saldatrice.

La produzione riguarda in modo consistente le strutture prefabbricate con una quota non trascurabile di elementi prefabbricati.

In media il 43% dei ricavi deriva da clientela costituita da imprese edili; è da rilevare inoltre la presenza di clientela privata (23%).

L'area di mercato ha generalmente una estensione provinciale e/o regionale.

Cluster 7 - Imprese specializzate nella produzione di blocchi, masselli e tubi

Numerosità: 255

Il cluster è composto da imprese di medie dimensioni costituite nel 73% dei casi da società (45% di persone, 28% di capitali).

Alla produzione sono destinati sia locali (1.209 mq) che spazi all'aperto (1.281 mq); i magazzini all'aperto hanno una superficie media di 5.059 mq mentre gli spazi interni sono pari a 289 mq. La disponibilità di uffici è di 55 mq.

Gli addetti all'attività ammontano a 7 unità, di cui 5 dipendenti.

La produzione avviene quasi esclusivamente attraverso la modalità in conto proprio (in media l'84% dei ricavi).

Il ciclo di produzione è costituito prevalentemente dalle fasi di betonaggio (77% dei soggetti), getto (54%) e maturazione naturale (92%).

La dotazione di beni strumentali è composta in media da una centrale di betonaggio con capacità produttiva di 18 m^3/ora, 2 silos, una saldatrice, 2 blocchiere e una tubiera.

Le imprese del cluster si caratterizzano per la produzione di blocchi (84%), tubi (59%), masselli (36%) e piastre (31%).

Il 46% dei ricavi proviene dalla vendita dei prodotti ad imprese edili; inoltre sono presenti, anche se in misura ridotta, i privati e il commercio all'ingrosso entrambe con una percentuale del 15% circa.

L'area di mercato ha una estensione che va dall'ambito provinciale a quello pluriregionale.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- (costo del venduto + costo per la produzione di servizi) dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati gli indicatori economico-contabili specifici dell'attività in esame:

- indice di durata delle scorte = [giacenza media del magazzino / ricavi]* 365

  dove:

  - giacenza media del magazzino = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

- rendimento per addetto = [(ricavi – costo del venduto - costo per la produzione dei servizi) /numero addetti[4]]/1.000

  dove:

  - costo del venduto = Esistenze iniziali – rimanenze finali + acquisti di merci e materie prime
  - numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai qualificati e specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione lavoro o a termine + numero

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

- numero addetti (società) = Numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai qualificati e specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione lavoro o a termine + numero lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori dell'indicatore all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per l'indice di durata delle scorte sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 1 e 7;

- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 3, 4 e 5;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 20° ventile, per il cluster 6;
- per il cluster 2 non è stato fissato alcun intervallo.

Per il rendimento per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 1, 3, 6;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 4, 5 ;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7;
- per il cluster 2 non è stato fissato alcun intervallo.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinchè il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un

valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della "funzione di ricavo" si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività. A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla "territorialità generale[5]" che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di benessere;
- livello di qualificazione professionale;
- struttura economica.

Sono state pertanto impiegate, nella funzione di regressione, variabili dummy applicate al logaritmo del valore dei beni strumentali. Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare al coefficiente del logaritmo del valore dei beni strumentali nella definizione della funzione di ricavo.

Nell'allegato 4.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della "funzioni di ricavo".

---

[5] I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'*Analisi Discriminante*[6];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 4.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentra totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

---

[6] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza al livello del 99,99% per ogni gruppo omogeneo, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 4.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO SD29U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,1167	1,3005	1,0811	1,2431	1,0602	1,1477	1,0762
Quadrato di (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)	-	-2,7027	-	-	-	-	-
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi per valori superiori a £ 1.100.000.000	-	-	-	-0,1881	-	-	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,0646	1,1370	1,3307	1,2996	1,2842	1,3081	1,2448
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	33.988,7834	-	30.958,5394	-	34.467,9438	26.551,6404	28767,7015
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	25.834,9312	-	22.842,3108	-	34.467,9438	26.551,6404	28767,7015
Spese per acquisti di servizi	1,4460	0,6779	0,8675	0,9038	1,2033	0,4473	1,1729
Valore dei beni strumentali	0,0282	0,0905	0,1244	0,0848	0,0990	0,1044	0,1270
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	6.531,2044	-	6.630,2846	-	7.508,1675	5.588,3089	-

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL LOGARITMO IN BASE 10 DEL VALORE DEI BENI STRUMENTALI

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' GENERALE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
1) Aree con livello di benessere elevato, istruzione superiore, sistema economico locale organizzato	-	-	-	-	-	-	-
2) Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali	-4582,0294	-	-	-	-	-	-
3) Aree ad elevata urbanizzazione con notevole grado di benessere, istruzione superiore e caratterizzate da sistemi locali con servizi terziari evoluti	-	-	-	-	-	-	-
4) Aree caratterizzate dalla presenza di piccoli comuni con organizzazione spiccatamente artigianale dell'attività produttiva e livello medio di benessere	-	-	-	-	-	-	-
5) Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata	-4582,0294	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.
- Le variabili elevate al quadrato sono divise per 10^8.

ALLEGATO 4.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dirigenti
- Numero delle giornate retribuite per i quadri
- Numero delle giornate retribuite per gli impiegati
- Numero delle giornate retribuite per gli operai generici
- Numero delle giornate retribuite per gli operai qualificati e specializzati
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratto di formazione e lavoro e/o a termine
- Numero delle giornate retribuite per i lavoranti a domicilio

Quadro B:

- Mq dei locali destinati a produzione
- Mq dei locali destinati a magazzino
- Mq degli spazi all'aperto destinati a magazzino
- Mq dei locali destinati a uffici
- Mq della superficie destinata a parcheggio riservato

Quadro D:

- Spese per servizi integrativi o sostitutivi dei mezzi propri

Quadro E:

- Commercializzazione di prodotti finiti acquistati da terzi
- Lavorazione affidata a terzi – Italia

- Lavorazione affidata a terzi – U.E.
- Lavorazione affidata a terzi – extra U.E.
- Tipologia clientela: Imprese edili
- Tipologia clientela: Grande distribuzione
- Tipologia clientela: Commercio all'ingrosso
- Tipologia clientela: Privati

Quadro G:

- Materie prime: cemento - q.li
- Materie prime: inerti (aggregati)
- Materie prime: additivi (Kg)
- Materie prime: tondino di ferro (q.li)
- Materie prime: approvvigionamento prevalente da pozzi o corsi d'acqua
- Fasi di lavorazione: progettazione
- Fasi di lavorazione: betonaggio
- Fasi di lavorazione: realizzazione armature
- Fasi di lavorazione: realizzazione di casseforme/casseri
- Fasi di lavorazione: getto
- Fasi di lavorazione: maturazione naturale
- Fasi di lavorazione: maturazione accelerata
- Fasi di lavorazione: lavorazioni meccaniche (taglio, finitura, lavaggio)
- Fasi di lavorazione: installazione

- Prodotti ottenuti: calcestruzzo
- Prodotti ottenuti: strutture prefabbricate integrate in sistemi costruttivi
- Prodotti ottenuti: plinti
- Prodotti ottenuti: pilastri
- Prodotti ottenuti: travi
- Prodotti ottenuti: coperture
- Prodotti ottenuti: strutture per solai in elementi precompressi
- Prodotti ottenuti: pannelli di tamponamento
- Prodotti ottenuti: tramezzature interne
- Prodotti ottenuti: tubi
- Prodotti ottenuti: altre lastre
- Prodotti ottenuti: piastre
- Prodotti ottenuti: blocchi
- Prodotti ottenuti: masselli
- Prodotti ottenuti: arredo urbano
- Prodotti ottenuti: elementi decorativi
- Prodotti ottenuti: altro

Quadro I:

- Centrali di betonaggio (numero)
- Silos (numero)
- Carrelli elevatori
- Gru a piazzole

- Elevatori a tazza
- Carriponte (portata)
- Benne ad apertura oleo-dinamica (portata)
- Benne manuali (portata)
- Banchi di taglio
- Saldatrici
- Piegareti
- Casseforme/casseri/stampi
- Blocchiere
- Tubiere
- Tavoli vibranti
- Autoclavi (capacità)

01A2366

DECRETO 16 febbraio 2001.

Approvazione di uno studio di settore relativo ad attività imprenditoriali nel settore dei servizi.

IL MINISTRO DELLE FINANZE

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 600, concernente disposizioni comuni in materia di accertamento delle imposte sui redditi;

Visto l'articolo 62-bis del decreto-legge 30 agosto 1993, n. 331, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 ottobre 1993, n. 427, che prevede, da parte degli uffici del Dipartimento delle entrate del Ministero delle finanze, l'elaborazione di appositi studi di settore in relazione ai vari settori economici;

Visto l'articolo 3, comma 121, della legge 23 dicembre 1996, n. 662, che stabilisce che i soggetti che hanno dichiarato ricavi derivanti dall'esercizio di attività di impresa di cui all'articolo 53, comma 1, ad esclusione di quelli indicati alla lettera c), del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, o compensi derivanti dall'esercizio di arti e professioni di ammontare non superiore a lire dieci miliardi sono tenuti a fornire all'Amministrazione finanziaria i dati contabili ed extracontabili necessari per l'elaborazione degli studi di settore;

Visto il proprio decreto 10 agosto 1998, concernente l'approvazione di questionari per gli studi di settore relativi ad attività imprenditoriali nel settore delle manifatture, dei servizi, del commercio e ad attività professionali;

Visto l'articolo 10, della legge 8 maggio 1998, n. 146, che individua le modalità di utilizzazione degli studi di settore in sede di accertamento nonché le cause di esclusione degli stessi;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 31 maggio 1999, n. 195, recante disposizioni concernenti i tempi e le modalità di applicazione degli studi di settore;

Considerato che a seguito delle analisi e delle valutazioni effettuate, allo stato, sulla base dei dati in possesso dell'Amministrazione finanziaria sono emerse cause di non applicabilità degli studi di settore;

Visto il proprio decreto 10 novembre 1998, che ha istituito la Commissione di esperti prevista dall'articolo 10, comma 7, della legge n. 146 del 1998;

Visto il decreto direttoriale 24 dicembre 1999, concernente le modalità di annotazione separata dei componenti rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore;

Acquisito il parere della predetta Commissione di esperti in data 22 novembre 2000;

Ritenuto di dover provvedere al riguardo;

Decreta:

Art. 1
(Approvazione degli studi di settore)

1. Sono approvati, in base all'articolo 62-bis del decreto legge 30 agosto 1993, n. 331, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 ottobre 1993 n. 427, gli studi di settore relativi alle seguenti attività economiche nel settore del commercio:

   a) Studio di settore SM 04 U - Farmacie, codice di attività 52.31.0;

b) Studio di settore SM 12 U - Commercio al dettaglio di libri nuovi, codice di attività 52.47.1;

c) Studio di settore SM 17 U - Commercio all'ingrosso di cereali e legumi secchi, codice di attività 51.21.1; Commercio all'ingrosso di sementi e alimenti per il bestiame, piante officinali, semi oleosi, oli e grassi non commestibili, patate da semina, codice di attività 51.21.2; Commercio all'ingrosso di caffè, codice di attività 51.37.1;

d) Studio di settore SM 20 U - Commercio al dettaglio di articoli di cartoleria, di cancelleria e forniture per ufficio, codice di attività 52.47.3;

e) Studio di settore SM 21 A - Commercio all'ingrosso di frutta e ortaggi (freschi e surgelati), codice di attività 51.31.0;

f) Studio di settore SM 21 B - Commercio all'ingrosso di bevande alcoliche, codice di attività 51.34.1; Commercio all'ingrosso di altre bevande, codice di attività 51.34.2;

g) Studio di settore SM 21 C - Commercio all'ingrosso di prodotti della pesca freschi, codice di attività 51.39.1; Commercio all'ingrosso di prodotti della pesca congelati, surgelati, conservati, secchi, codice di attività 51.39.2;

h) Studio di settore SM 25 A - Commercio all'ingrosso di giocattoli, codice di attività 51.47.6;

i) Studio di settore SM 26 U - Commercio all'ingrosso di rottami metallici, codice di attività 51.57.1; Commercio all'ingrosso di sottoprodotti della lavorazione industriale, codice di attività 51.57.2; Commercio all'ingrosso di altri materiali di recupero non metallici (vetro, carta, cartoni ecc), codice di attività 51.57.3.

2. Gli elementi necessari alla definizione presuntiva dei ricavi e dei corrispettivi relativi agli studi di settore indicati nel comma 1 sono determinati sulla base delle note tecniche e metodologiche, delle tabelle dei coefficienti nonché della lista delle variabili per l'applicazione dello studio, di cui agli allegati:

   - 1, per lo studio di settore SM 04 U;
   - 2, per lo studio di settore SM 12 U;
   - 3, per lo studio di settore SM 17 U;
   - 4, per lo studio di settore SM 20 U;
   - 5, per lo studio di settore SM 21 A;
   - 6, per lo studio di settore SM 21 B;
   - 7, per lo studio di settore SM 21 C;
   - 8, per lo studio di settore SM 25 A;
   - 9, per lo studio di settore SM 26 U.

3. Il programma per l'applicazione dello studio di settore segnala anche, con riferimento ad indici significativi, la coerenza economica rispetto ai valori minimi e massimi assumibili con riferimento a comportamenti normali degli operatori del settore.

4. Gli studi di settore si applicano ai contribuenti che svolgono in maniera prevalente le attività indicate nel comma 1, nonché ai contribuenti che svolgono la predetta attività in maniera secondaria per la quale abbiano tenuto contabilità separata, fermo restando il disposto dell'articolo 2. In caso di esercizio di più attività d'impresa, per le quali non è stata tenuta la contabilità separata, per attività prevalente si intende quella da cui deriva nel periodo d'imposta la maggiore entità dei ricavi.

5. Gli studi di settore approvati con il presente decreto sono utilizzabili a partire dagli accertamenti relativi al periodo di imposta 2000.

Art. 2
(Categorie di contribuenti alle quali non si applicano gli studi di settore)

1. Gli studi di settore approvati con il presente decreto non si applicano:
   a) nel caso in cui l'esercizio dell'attività d'impresa è svolto attraverso l'utilizzo di più punti di vendita per i quali non è stata tenuta contabilità separata. Tale disposizione non si applica per gli studi di settore SM 17 U, SM 21 A, SM 21 B, SM 21 C, SM 25 A, SM 26 U nel caso in cui i diversi punti vendita siano situati nell'ambito dello stesso territorio comunale;
   b) in caso di esercizio di due o più attività di impresa, non rientranti nel medesimo studio di settore, per le quali non è stata tenuta la contabilità separata, se l'importo complessivo dei ricavi dichiarati relativi alle attività non rientranti tra quelle prese in considerazione dallo studio di settore supera il 20% dell'ammontare totale dei ricavi dichiarati;
   c) nei confronti dei contribuenti che hanno dichiarato ricavi di cui all'articolo 53, comma 1, esclusi quelli di cui alla lettera c), del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, di ammontare superiore a 10 miliardi di lire;
   d) nei confronti delle società cooperative, società consortili e consorzi che operano esclusivamente a favore delle imprese socie o associate;
   e) nei confronti delle società cooperative costituite da utenti non imprenditori che operano esclusivamente a favore degli utenti stessi.

Art. 3
(Variabili delle imprese)

1. La determinazione dei valori da attribuire alle variabili da utilizzare per l'applicazione degli studi di settore approvati con il presente decreto è effettuata sulla base delle istruzioni per la compilazione del relativo questionario approvate con decreto ministeriale 10 agosto 1998, tenuto conto di quanto precisato in quelle per la compilazione delle dichiarazioni di cui all'articolo 5, comma 1.

Art. 4
(Determinazione del reddito imponibile)

1. Sulla base degli studi di settore sono determinati presuntivamente i ricavi di cui all'articolo 53, ad esclusione di quelli previsti dalle lettere c) e d) del comma 1 dello stesso articolo del testo unico delle imposte sui redditi.

2. Ai fini della determinazione del reddito d'impresa l'ammontare dei ricavi di cui al comma 1 è aumentato degli altri componenti positivi, compresi i ricavi di cui all'articolo 53, comma 1,

lettera c) e d), del menzionato testo unico, ed è ridotto dei componenti negativi deducibili. Ai fini della determinazione degli importi relativi alle voci e alle variabili di cui all'articolo 3 devono essere considerati i componenti negativi inerenti all'esercizio dell'attività anche se non dedotti in sede di dichiarazione dei redditi.

3. Per le imprese che eseguono opere, forniture e servizi pattuiti come oggetto unitario e con tempo di esecuzione ultrannuale i ricavi dichiarati, da confrontare con quelli presunti in base allo studio di settore, vanno aumentati delle rimanenze finali e diminuiti delle esistenze iniziali valutate ai sensi dell'articolo 60, commi da 1 a 4, del testo unico delle imposte sui redditi.

Art.5
(Comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore)

1. I contribuenti ai quali si applicano gli studi di settore comunicano, in sede di dichiarazione dei redditi, i dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi stessi.

Art.6
(Annotazione separata)

1. Nei confronti dei contribuenti che esercitano l'attività per la quale lo studio di settore è approvato con il presente decreto le disposizioni contenute nel decreto direttoriale 24 dicembre 1999, concernenti l'annotazione separata dei componenti rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore, si applicano a decorrere dal 1° maggio 2001. E' facoltà del contribuente indicare a quale attività esercitata o a quale punto di vendita debbono essere imputati i ricavi conseguiti nei mesi precedenti nonché gli altri componenti rilevanti ai fini dell'applicazione del relativo studio di settore. Qualora tale facoltà non venga esercitata, in sede di dichiarazione dei redditi, i ricavi relativi all'intero periodo d'imposta vanno ripartiti applicando ai ricavi conseguiti fino al 30 aprile 2001 la percentuale di ripartizione determinata con riferimento ai ricavi conseguiti a partire dal 1° maggio 2001.

Il presente decreto sarà pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana.

Roma, 16 febbraio 2001

Il Ministro: DEL TURCO

ALLEGATO 1

Nota Tecnica e Metodologica

SM04U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 52.31.0 – Farmacie.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM04).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 13.971. I questionari restituiti sono stati 11.023, pari al 78,9 % degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 1.343 questionari, pari al 12,18% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sul fatturato complessivo superiore al 20%;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- non compilazione delle superfici degli spazi destinati all'esercizio dell'attività presenti nel quadro B del questionario;
- errata compilazione delle percentuali relative alle aree di offerta (quadro G del questionario);
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 9.680.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile

- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su di un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative a quegli elementi strutturali e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

---

della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare nove gruppi omogenei di imprese.

Gli elementi che hanno contribuito maggiormente a determinare i modelli di business sono, pertanto, i seguenti:

- la tipologia di farmacia (urbana, rurale o rurale sussidiata; con o senza dispensario);
- l'aspetto dimensionale (il numero di addetti per mansione e profilo professionale e le superfici destinate all'attività di vendita e all'esposizione interna della merce, a magazzino, a laboratorio e a uffici);
- le aree di offerta (la percentuale sulle vendite per tipologia di prodotti venduti);
- la modalità di vendita (a libero servizio o no);
- l'effettuazione di servizio notturno.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Farmacie con ampia offerta di prodotti omeopatici, fitofarmaci, galenici

Numerosità 312

Il presente cluster è formato da farmacie prevalentemente "urbane" (circa il 71% dei soggetti), ovvero da farmacie situate in comuni o centri abitati con popolazione superiore a 5.000 abitanti, secondo quanto disposto dalla Legge n. 362 dell'8 novembre 1991 di riordino del settore farmaceutico. Vi si riscontra inoltre, seppure in misura limitata, la presenza delle altre tipologie di farmacie previste dalla legge: farmacie "rurali" (circa il 10% dei soggetti) e "rurali sussidiate" (circa il 18% dei soggetti).

Le farmacie appartenenti a questo cluster si connotano per un'offerta particolarmente ampia in almeno una delle seguenti aree, come esposto successivamente in dettaglio: prodotti omeopatici, fitofarmaci, prodotti galenici.

Queste farmacie si possono classificare di media dimensione; il numero di addetti è generalmente compreso tra tre e quattro (contro i tre riscontrati in media nel settore), di cui due o tre farmacisti (contro i due della media di settore) e i rimanenti impiegati di concetto o addetti al magazzino. Inoltre, i parametri dimensionali sono sostanzialmente allineati alla media del settore: le superfici dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce sono

mediamente pari a 50 mq, quelle per magazzini sono pari a circa 36 mq, quelle per laboratori sono pari a 6 mq e quelle per uffici pari a circa 6 mq.

L'area di offerta principale è quella dei prodotti etici, come per tutti gli altri cluster ottenuti, ma in questo caso si attesta ad una percentuale sul totale delle vendite decisamente sotto la media di settore (48,1% contro 67,7%), mentre risultano molto al di sopra di tutti gli altri cluster i prodotti omeopatici (7,7% contro 1,2%), i fitofarmaci (3,8% contro 0,6%) e i prodotti galenici (2,9% contro 1,1%).

La modalità di vendita a libero servizio è praticata, per le tipologie di prodotti per cui è consentita, da circa il 62% degli appartenenti al cluster, in media con il settore, destinandovi circa 25 mq degli spazi per la vendita e l'esposizione interna della merce. L'esposizione fronte strada (vetrine e porte) risulta pari a circa 7 metri lineari, contro quasi 6 metri lineari riscontrati in media nel settore.

Cluster 2 - Farmacie urbane di medio-grande dimensione

Numerosità 1.747

Questo cluster è costituito quasi esclusivamente da farmacie "urbane" (circa il 97% dei soggetti), cioè da farmacie situate in comuni o centri abitati con popolazione superiore a 5.000 abitanti, secondo la Legge n. 362 dell'8 novembre 1991 di riordino del settore farmaceutico.

Gli appartenenti al cluster sono caratterizzati da una consistente dimensione: il numero di addetti è vicino a cinque (superiore di due unità alla media di settore e secondo rispetto a tutti i cluster), di cui tre farmacisti (contro i due di settore) e i rimanenti impiegati di concetto o addetti al magazzino. Inoltre, le superfici dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce sono generalmente pari a circa 67 mq (il secondo per superficie tra tutti i cluster);

quelle per magazzini sono pari a circa 58 mq, quelle per laboratori a 8 mq, infine quelle per uffici sono mediamente pari a 10 mq.

L'area di offerta principale è quella dei prodotti etici, la cui percentuale sul totale delle vendite è pari a quella della media di settore (67,7%), valori percentuali allineati con quelli di settore si riscontrano anche per le altre tipologie di prodotti.

La modalità di vendita a libero servizio è praticata, per le tipologie di prodotti consentite, da circa il 76% degli appartenenti al cluster, destinandovi mediamente circa 31 mq degli spazi per la vendita e l'esposizione interna della merce. L'esposizione fronte strada (vetrine e porte) risulta mediamente pari a circa 9 metri lineari, contro i quasi 6 metri lineari riscontrati in media nel settore.

La disponibilità di beni strumentali differisce da quella media di settore per gli scaffali e le stigliature pari generalmente a circa 57 metri lineari (contro i 38 metri lineari), e per una superiore disponibilità di videoterminali, apparecchi per aerosol, bombole d'ossigeno e attrezzature per preparazioni galeniche.

Cluster 3 - Farmacie di grande dimensione

Numerosità 594

Il cluster è formato da farmacie prevalentemente "urbane" (circa il 61% dei soggetti), cioè da farmacie situate in comuni o centri abitati con popolazione superiore a 5.000 abitanti, secondo il disposto della Legge n. 362 dell'8 novembre 1991 di riordino del settore farmaceutico. Vi si riscontra inoltre la presenza di altre tipologie di farmacie previste dalla legge: "rurali" (circa il 19% dei soggetti) e "rurali sussidiate" (circa il 18% dei soggetti).

Gli appartenenti a questo cluster si possono classificare di grande dimensione: il numero di addetti è il più alto riscontrato, mediamente pari a cinque, di cui tre o quattro farmacisti (contro i due riscontrati in media nel settore) e i rimanenti impiegati di concetto o addetti al magazzino. Inoltre, le superfici dei locali sono decisamente le più ampie riscontrate; quelle per la vendita e l'esposizione interna della merce sono pari a circa 104 mq, contro una media di settore di 49 mq; quelle per magazzini sono circa 74 mq, contro 38 mq, quelle per laboratori sono pari a 11 mq, contro una media di 5,5 e quelle per uffici pari a circa 15 mq, rispetto ai 6,5 mq del settore.

L'area di offerta principale è quella dei prodotti etici, la cui percentuale sul totale delle vendite (64,4%) non si discosta significativamente dalla media di settore (67,7%); anche per le altre tipologie di prodotti si riscontrano valori percentuali allineati con quelli di settore.

La modalità di vendita a libero servizio è praticata, per le tipologie di prodotti consentite, dalla quasi totalità degli appartenenti al cluster (circa il 90% contro il 62% della media di settore), destinando mediamente circa 58 mq degli spazi per la vendita e l'esposizione interna della merce, la più ampia superficie riscontrata nel settore, la cui media è pari a circa 26 mq. L'esposizione fronte strada (vetrine e porte) risulta mediamente pari a circa 12 metri lineari, contro i quasi 6 metri lineari medi del settore.

La disponibilità di beni strumentali si differenzia da quella media di settore per gli scaffali e le stigliature, generalmente pari a 84 metri lineari, contro i 38 metri lineari medi di settore e per una superiore disponibilità di videoterminali, apparecchi per aerosol, bombole d'ossigeno e attrezzature per preparazioni galeniche.

Cluster 4 - Farmacie di medio-piccola dimensione prevalentemente rurali sussidiate dotate di dispensario

Numerosità 316

Il presente cluster è formato da farmacie prevalentemente rurali sussidiate (circa il 71% dei soggetti), dove la Legge n. 362 dell'8 novembre 1991 di riordino del settore farmaceutico distingue con il termine "rurale" le farmacie situate in comuni o centri abitati con popolazione inferiore a 5.000 abitanti e con il termine "sussidiata" le farmacie rurali che, in quanto localizzate in territori particolari (es. località montane con popolazione ridotta), ricevono un'indennità, variabile a seconda della regione di appartenenza e della popolazione servita. Di queste farmacie circa il 71% dichiara di essere dotata di "dispensario", cioè di un luogo dove svolgere attività di distribuzione di soli farmaci, dotato di medicinali di solo uso comune e di pronto soccorso, previsto per garantire il presidio nelle zone sprovviste di farmacie rispetto a quanto stabilito dalla Pianta Organica regionale. In questo cluster, inoltre, si riscontra la presenza anche di altre tipologie di farmacie previste dalla legge: "rurali" (circa il 16% dei soggetti) e "urbane" (circa il 12% dei soggetti).

Queste farmacie si possono classificare di medio-piccola dimensione, il numero di addetti è generalmente tra due e tre (contro i tre riscontrati in media nel settore), di cui due farmacisti (in media col settore) e i rimanenti impiegati di concetto o addetti al magazzino. Inoltre, le superfici dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce sono pari a circa 42 mq; quelle per magazzini sono circa 30 mq, quelle per laboratori 5 mq ed infine quelle per uffici sono mediamente pari a 6 mq.

L'area di offerta principale è quella dei prodotti etici, la cui percentuale sul totale delle vendite (69,7%) non si discosta significativamente dalla media di

settore (67,7%); anche per le altre tipologie di prodotti si riscontrano valori percentuali allineati al valore del settore.

La modalità di vendita a libero servizio è praticata, per le tipologie di prodotti consentite, da circa il 64% degli appartenenti al cluster, valore leggermente superiore alla media di settore, destinandovi mediamente circa 21 mq degli spazi per la vendita e l'esposizione interna della merce. L'esposizione fronte strada (vetrine e porte) risulta mediamente pari a 5 metri lineari, contro quasi 6 metri lineari riscontrati in media nel settore.

La disponibilità di beni strumentali non si discosta significativamente da quella generale per le diverse tipologie di beni.

Cluster 5 - Farmacie urbane notturne

Numerosità 183

Il cluster è formato esclusivamente da farmacie urbane notturne, dove la Legge n. 362 dell'8 novembre 1991 di riordino del settore farmaceutico distingue con il termine "urbana" le farmacie situate in comuni o centri abitati con popolazione superiore a 5.000 abitanti e con il termine "notturna" le farmacie che svolgono normale attività anche in orario notturno; sono quindi escluse da questa tipologia le farmacie che rimangono aperte la notte saltuariamente, in base ad una turnistica obbligatoria prevista dalla regione, per garantire la continuità del servizio non solo in orario notturno ma, anche, nei giorni festivi.

I soggetti si possono classificare di medio-grande dimensione; il numero di addetti è generalmente compreso tra quattro e cinque (contro i tre mediamente riscontrati nel settore), di cui tre farmacisti (contro i due di settore) e i rimanenti impiegati di concetto o addetti al magazzino. Inoltre, le superfici dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce sono mediamente pari

a circa 56 mq, quelle per magazzini sono pari a circa 54 mq, quelle per laboratori a 6 mq e infine quelle per uffici sono allineate ai valori di settore pari a 6,5 mq.

L'area di offerta principale è quella dei prodotti etici, la cui percentuale sul totale delle vendite (68,3%) non si discosta significativamente dalla media di settore (67,7%); anche per le altre tipologie di prodotti si riscontrano valori percentuali in media con quelli di settore, mentre leggermente più bassa risulta la percentuale di prodotti OTC (8,6 contro 10,6, la più bassa riscontrata nel settore).

La modalità di vendita a libero servizio è praticata per le tipologie di prodotti consentite dal 47,5% degli appartenenti al cluster (la percentuale più bassa del settore), destinandovi mediamente circa 30 mq degli spazi per la vendita e l'esposizione interna della merce.

La disponibilità di beni strumentali si contraddistingue da quella media di settore per gli scaffali e le stigliature pari generalmente a circa 33 metri lineari (contro i 38 metri lineari medi di settore), nei sistemi di refrigerazione pari a circa 2,6 metri cubi (il più alto valore riscontrato nel settore) e per una superiore disponibilità di bombole d'ossigeno.

Cluster 6 - Farmacie rurali di piccola dimensione

Numerosità 3.055

Il presente cluster è il maggiore per numerosità ed è formato da farmacie prevalentemente rurali sussidiate (circa il 74% dei soggetti), dove la Legge n. 362 dell'8 novembre 1991 di riordino del settore farmaceutico distingue con il termine "rurale" le farmacie situate in comuni o centri abitati con popolazione inferiore a 5.000 abitanti e con il termine "sussidiata" le farmacie rurali che in quanto localizzate in territori particolari (es. località montane con popolazione

ridotta) ricevono un'indennità, variabile a seconda della regione di appartenenza e della popolazione servita. In questo cluster si rileva anche la presenza di farmacie rurali (circa il 25% dei soggetti).

Queste farmacie si possono classificare di piccola dimensione; il numero di addetti è mediamente pari a due (il più basso riscontrato tra i cluster), di cui generalmente entrambi farmacisti. Inoltre, le superfici dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce sono pari a 38 mq medi; quelle per magazzini sono pari a circa 23 mq; quelle per laboratori sono pari a 4 mq e infine quelle per uffici pari a circa 5 mq.

L'area di offerta principale è quella dei prodotti etici, la cui percentuale sul totale delle vendite (71,5%, la più alta del settore) non si discosta significativamente dalla media di settore (67,7); anche per le altre tipologie di prodotti si riscontrano valori percentuali allineati al valore di settore.

La modalità di vendita a libero servizio è praticata per le tipologie di prodotti per cui è consentita, da circa il 60% degli appartenenti al cluster, e vi si destinano mediamente 20 mq degli spazi per la vendita e l'esposizione interna della merce. L'esposizione fronte strada (vetrine e porte) risulta pari a quasi 4 metri lineari, contro una media di 6 metri lineari riscontrati nel settore.

La disponibilità di beni strumentali è la più bassa riscontrata per gli scaffali e le stigliature: circa 27 metri lineari contro i 38 medi del settore, nonché per i sistemi di refrigerazione, (mediamente 1,4 metri cubi).

Cluster 7 - Farmacie urbane tradizionali di media dimensione

Numerosità 2.656

Questo cluster è il secondo per numerosità, formato quasi esclusivamente da farmacie urbane (circa il 97% dei soggetti), cioè da farmacie situate in comuni

o centri abitati con popolazione superiore a 5.000 abitanti, secondo il disposto della Legge n. 362 dell'8 novembre 1991 di riordino del settore farmaceutico.

Queste farmacie si possono nel complesso classificare come "tradizionali", in virtù delle principali caratteristiche che le connotano: numero di addetti elevato rispetto alle superfici disponibili, elevata percentuale di prodotti etici venduti, nessuna "specializzazione" in altre tipologie di prodotti venduti, ridotte superfici destinate alla vendita a libero servizio e modesta disponibilità di beni strumentali.

Gli appartenenti al cluster si possono classificare di media dimensione; il numero di addetti è mediamente pari a tre o quattro, di cui mediamente due farmacisti e un impiegato di concetto o addetto al magazzino. Inoltre, le superfici dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce sono mediamente pari a circa 38 mq (la più piccola superficie riscontrata nel settore); quelle per magazzini sono pari a circa 35 mq, quelle per laboratori a 4 mq e infine quelle per uffici mediamente pari a quasi 5 mq.

L'area di offerta principale è quella dei prodotti etici, la cui percentuale sul totale delle vendite (70,6%) è una delle più alte riscontrate nel settore; per le altre tipologie si riscontrano valori percentuali allineati con quelli del settore.

La modalità di vendita a libero servizio è praticata per le tipologie di prodotti consentite da circa il 51% degli appartenenti al cluster, destinandovi mediamente circa 17 mq degli spazi per la vendita e l'esposizione interna della merce. L'esposizione fronte strada (vetrine e porte) risulta pari a quasi 5 metri lineari.

La disponibilità di beni strumentali è in media con quella riscontrata nel settore, ad esclusione degli scaffali e delle stigliature mediamente pari a circa 31 metri lineari (contro i 38 metri lineari medi di settore), e dei sistemi di refrigerazione pari a circa 1,7 metri cubi.

Cluster 8 - Farmacie con ampia offerta di prodotti cosmetici e di profumeria, dietetici, articoli per l'infanzia, articoli sanitari

Numerosità 551

Il presente cluster è eterogeneo dal punto di vista della tipologia delle farmacie prevista dalla Legge n. 362 dell'8 novembre 1991 di riordino del settore farmaceutico; infatti, è composto da farmacie "urbane" (circa il 55% dei soggetti), da farmacie "rurali sussidiate" (30% dei soggetti) e da farmacie "rurali" (13% dei soggetti). Le farmacie appartenenti a questo cluster si connotano, invece, per un'offerta particolarmente ampia in almeno una delle seguenti aree: prodotti cosmetici e di profumeria; prodotti dietetici; articoli per l'infanzia; articoli sanitari.

Queste farmacie si possono classificare di medio-piccola dimensione; il numero di addetti è mediamente pari a tre, di cui due farmacisti e i rimanenti impiegati di concetto o addetti al magazzino, valori che non si discostano significativamente da quelli del settore. Inoltre, le superfici dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce sono mediamente pari a circa 46 mq, quelle per magazzini sono pari a circa 38 mq, quelle per laboratori sono sostanzialmente allineate alla media del settore che è pari a 5,5 mq, e quelle per uffici mediamente pari a circa 6 mq.

L'area di offerta principale è quella dei prodotti etici, ma in questo caso si attesta ad una percentuale sul totale delle vendite decisamente sotto la media di settore (46,6% contro 67,7% di settore), mentre risultano molto al di sopra di tutti gli altri cluster le percentuali di vendita di prodotti cosmetici e di profumeria (8,5% contro 4,1% di settore), di articoli sanitari (8,2% contro 2,9% di settore), di prodotti dietetici (6,8% contro 3,1% di settore) e di articoli per l'infanzia (5,6% contro 1,9% di settore).

La modalità di vendita a libero servizio è praticata da circa il 52% degli appartenenti al cluster, con circa 24 mq di spazi per la vendita e l'esposizione interna della merce.

La disponibilità di beni strumentali si discosta da quella di settore per gli scaffali e stigliature pari a circa 29 metri lineari, contro i circa 38 metri lineari riscontrati in media nel settore, e per i sistemi di refrigerazione pari a circa 2,4 metri cubi.

Cluster 9 - Farmacie con ampia offerta di prodotti veterinari

Numerosità 96

Il presente cluster è il più piccolo per numerosità ed è eterogeneo dal punto di vista della tipologia di attività delle farmacie prevista dalla Legge n. 362 dell'8 novembre 1991 di riordino del settore farmaceutico; infatti, esso è composto da farmacie "urbane" (circa il 53% dei soggetti), da farmacie "rurali sussidiate" (33% dei soggetti) e da farmacie "rurali" (13% dei soggetti). Le farmacie appartenenti a questo cluster si connotano, invece, per un'offerta, particolarmente ampia, di prodotti veterinari, come esposto successivamente in dettaglio.

Queste farmacie si possono classificare di media dimensione; il numero di addetti è in media pari a tre, di cui due farmacisti e i rimanenti impiegati di concetto o addetti al magazzino, valori che non si discostano significativamente da quelli di settore. Inoltre, le superfici dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce sono mediamente pari a circa 46 mq; quelle per magazzini sono pari a circa 36 mq, quelle per laboratori e per uffici sono generalmente inferiori di circa un metro quadrato rispetto alle medie di settore.

L'area di offerta principale è quella dei prodotti etici, la cui percentuale sul totale delle vendite (63,1%) non si discosta significativamente dalla media di settore (67,7%), mentre risulta molto al di sopra rispetto agli altri cluster la percentuale di vendita di prodotti veterinari (5,2% contro 0,9% di settore).

La modalità di vendita a libero servizio è praticata, per le tipologie di prodotti per cui è consentita, da circa il 48% degli appartenenti al cluster, vi si destinano mediamente circa 25 mq degli spazi per la vendita e l'esposizione interna della merce. L'esposizione fronte strada (vetrine e porte) risulta appena inferiore a quella tipica del settore, pari a quasi 6 metri lineari.

La disponibilità di beni strumentali non si discosta significativamente da quella media di settore, ad esclusione degli scaffali e delle stigliature pari a circa 30 metri lineari, contro i 38 riscontrati in generale.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

È opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare

---

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici dell'attività in esame:

- ricarico = ricavi / costo del venduto

  dove:

  - costo del venduto = esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

- produttività per addetto = ricavi / [numero addetti[4] * 1.000]

  dove:

  - numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

- numero addetti (società) = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

- rotazione del magazzino = costo del venduto / giacenza media del magazzino

dove:

- giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per l'indicatore ricarico, per i cluster 1, 6, 7, 9, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per i cluster 2, 3, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 1° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per il cluster 4 è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per il cluster 5, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per il cluster 8, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 6° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per i cluster 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per i cluster 2 e 3, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 1° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per i cluster 1, 4, 6, 7, 8, 9, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per i cluster 2, 3, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 1° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 5, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della "funzione di ricavo" si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività.

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla "territorialità generale"[5], che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di benessere;
- struttura economica
- livello di qualificazione professionale.

Sono state pertanto impiegate, nella funzione di regressione, variabili dummy applicate al "costo del venduto" che hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis,

---

[5] I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

valori correttivi da applicare al coefficiente del costo del venduto nel calcolo del ricavo.

Nell'allegato 1.A vengono riportate le variabili e i coefficienti delle "funzioni di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'*Analisi Discriminante*[6];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 1.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di

---

[6] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

appartenenza. Il ricavo finale è quindi ottenuto sottraendo l'ammontare dello sconto praticato al Servizio Sanitario Nazionale.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza. Anche dal ricavo ottenuto dal calcolo dell'intervallo di confidenza viene sottratto l'ammontare dello sconto praticato al Servizio Sanitario Nazionale.

ALLEGATO 1.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO **SM04U**

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,3152	1,3457	1,3268	1,3240	1,3221
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,3069	0,1498	0,2658	0,2935	0,1825
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,4553	0,2386	0,5017	0,3060	0,5428
Valore dei beni strumentali	-	0,0355	0,0338	0,0612	0,0858
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	10.085,7810	9.887,3772	11.790,2500	6.823,8364	18.769,5555
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	10.085,7810	5.470,7415	11.441,0147	6.823,8364	18.769,5555

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO "

GRUPPO DELLA TERRITORIALITÀ GENARALE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
1) Aree con livello di benessere elevato, istruzione superiore, sistema economico locale organizzato	-	-	-	-	-
2) Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali	-	-	-0,0084	-	-
3) Aree ad elevata urbanizzazione con notevole grado di benessere, istruzione superiore e caratterizzate da sistemi locali con servizi terziari evoluti	-	-	-	-	-
4) Aree caratterizzate dalla presenza di piccoli comuni con organizzazione spiccatamente artigianale dell'attività produttiva e livello medio di benessere	-	-	-	-	-
5) Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata	-	-0,0139	-0,0084	-0,0167	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO **SM04U**

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
Costo del venduto	1,3475	1,3582	1,3097	1,2822
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,1161	0,0672	0,2233	0,3371
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,1413	0,1666	0,3098	0,4774
Valore dei beni strumentali	-	0,0210	0,0982	-
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	3.258,8216	3.530,1367	10.796,2307	32.168,1886
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	3.258,8216	3.530,1367	9.514,5238	32.168,1886

GRUPPO DELLA TERRITORIALITÀ GENARALE	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
1) Aree con livello di benessere elevato, istruzione superiore, sistema economico locale organizzato	-	-	-	-
2) Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali	-0,0101	-0,0042	-	-
3) Aree ad elevata urbanizzazione con notevole grado di benessere, istruzione superiore e caratterizzate da sistemi locali con servizi terziari evoluti	0,0061	-	0,0179	-
4) Aree caratterizzate dalla presenza di piccoli comuni con organizzazione spiccatamente artigianale dell'attività produttiva e livello medio di benessere	-	-	-	-
5) Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata	-0,0102	-0,0127	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce

ALLEGATO 1.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero degli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa

Quadro B:

- Potenza installata (Kw)
- Numero punti cassa
- Mq locali per la vendita e l'esposizione interna della merce
- Mq locali per la vendita e l'esposizione interna della merce della seconda Unità Locale (dispensario)
- Mq spazi destinati alla vendita a libero servizio
- Mq locali destinati a magazzino
- Mq locali destinati ad uffici
- Mq locali destinati a laboratorio
- Metri lineari di esposizione fronte strada (vetrine, vetrate e porte)
- Numero giorni di apertura nell'anno
- Numero giorni di apertura nell'anno della seconda Unità Locale (dispensario)
- Servizio notturno (con esclusione del turno)

Quadro G:

- Numero giornate retribuite per i farmacisti (escluso il titolare e/o i soci)

- Numero giornate retribuite per i direttori di farmacia
- Numero giornate retribuite per i farmacisti collaboratori
- Numero giornate retribuite per gli impiegati di concetto
- Numero giornate retribuite per gli addetti al magazzino
- Aree di offerta: Prodotti cosmetici e di profumeria
- Aree di offerta: Prodotti veterinari
- Aree di offerta: Prodotti omeopatici
- Aree di offerta: Prodotti galenici
- Aree di offerta: Prodotti dietetici
- Aree di offerta: Fitofarmaci
- Aree di offerta: Articoli per l'infanzia
- Aree di offerta: Articoli sanitari
- Altri servizi offerti: Produzioni di laboratorio
- Tipologia dell'attività: Farmacia urbana
- Tipologia dell'attività: Farmacia rurale dotata di dispensario
- Tipologia dell'attività: Farmacia rurale sussidiata dotata di dispensario
- Tipologia dell'attività: Farmacia rurale
- Tipologia dell'attività: Farmacia rurale sussidiata
- Ricavi di cui alle lettere a) e b) dell'art. 53 del TUIR: Veterinaria (fatture)

Quadro H:

- Modalità organizzativa: Comunioni ereditarie

Quadro I:

- Scaffali e stigliature (metri lineari)
- Attrezzature per la realizzazione di preparazioni galeniche magistrali

ALLEGATO 2

Nota Tecnica e Metodologica

SM12U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 52.47.1 – Commercio al dettaglio di libri nuovi.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM12).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 3.490. I questionari restituiti sono stati 2.170, pari al 62,2 % degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 567 questionari, pari al 26,1% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sul fatturato complessivo superiore al 20%;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- non compilazione delle superfici degli spazi destinati all'esercizio dell'attività presenti nel quadro B del questionario;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici venduti (quadro G del questionario);
- quadro H del questionario (modalità organizzative e di acquisto) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di acquisto (quadro H del questionario);
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 1603.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su di un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di clientela, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative a quegli elementi strutturali e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare sei gruppi omogenei di imprese.

Gli elementi che hanno contribuito maggiormente a determinare i modelli di business sono, pertanto, i seguenti:

- assortimento offerto;
- struttura organizzativa;
- livello di servizio proposto.

In particolare l'analisi dei gruppi omogenei ha evidenziato le seguenti tipologie di aziende:

- librerie professionali;

- librerie di grandi dimensioni;
- librerie di medie dimensioni qualificate per l'elevata offerta di servizi alla clientela;
- librerie specializzate nella vendita di testi scolastici e/o universitari;
- cartolibrerie;
- librerie di piccole dimensioni.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Librerie professionali

Numerosità: 60

Le caratteristiche del cluster delineano un modello organizzativo nel quale l'attività prevalente è il commercio di manuali per uso professionale e di pubblicazioni specialistiche con i quali viene realizzato il 66% circa dei ricavi complessivi. La clientela è essenzialmente rappresentata, da professionisti, società ed enti pubblici e privati e solo per il 30% da privati.

Data la forte specializzazione gli acquisti sono realizzati in prevalenza da case editrici (63%) e per la restante parte all'ingrosso (34%).

Le dimensioni sono in genere piccole, 53 mq lo spazio dedicato alla vendita, 17 mq il magazzino e 4 metri lineari l'esposizione fronte strada, e la forma giuridica che prevale è quella societaria (57%); per questo, dei due addetti complessivamente impiegati spesso uno è un socio con occupazione prevalente e l'altro un dipendente a tempo pieno.

Cluster 2 - Librerie di grandi dimensioni

Numerosità: 115

Si tratta di imprese commerciali che sono organizzate per l'82% in forma societaria e per il 18% in forma di ditta individuale.

Dal punto di vista dimensionale sono ben al di sopra della media con 205 mq di vendita, 86 mq di magazzino e in alcuni casi uno spazio dedicato agli uffici; risulta di 8 metri lineari l'estensione delle vetrine.

La gestione, prevalentemente a carattere manageriale, evidenzia sia la presenza di personale dipendente (3 dipendenti a tempo pieno e 1 dipendente a tempo parziale) sia di soci con occupazione prevalente nell'impresa (circa 2).

I punti vendita di questo modello sono caratterizzati inoltre da un ampio assortimento, composto da titoli acquistati per la maggior parte direttamente dalle case editrici.

I libri di narrativa, di saggistica e quelli scolastici generano la maggior quota di ricavi (53%) ma la gamma offerta comprende un po' tutti i generi: dalle pubblicazioni per l'infanzia (7%) all'hobbistica (5%) dalle pubblicazioni in lingua straniera e i libri di geografia (10%) ai manuali per uso professionale e le pubblicazioni specialistiche (8%) fino ai libri di arte e musica (3%). Completa l'assortimento la parascolastica alla quale si uniscono, in molti casi, gadget, articoli da regalo e cartoleria in genere.

La tipologia di vendita prevalente è quella mista (self-service assistito).

Ulteriore elemento distintivo di questo modello è, inoltre, la maggiore presenza rispetto agli altri cluster di esercizi ubicati in isole pedonali o in zone a traffico limitato (60%) e in molti casi l'estensione dell'orario di apertura fino a 12 ore giornaliere.

Cluster 3 - Librerie di medie dimensioni qualificate per l'elevata offerta di servizi alla clientela

Numerosità: 237

L'attività degli appartenenti al cluster è incentrata sulla vendita di libri di narrativa (28%), pubblicazioni per l'infanzia (13%) e libri di saggistica (12%) e per oltre la metà dei soggetti anche sulla vendita di testi scolastici e/o universitari.

La maggior parte di coloro che rientrano in questo modello opera in forma societaria con una struttura di medie dimensioni articolata in 80 mq per quanto riguarda le superfici di vendita e 16 mq per il magazzino.

L'organizzazione interna evidenzia la presenza di due o tre addetti complessivi: il titolare coadiuvato talvolta da un collaboratore o da un socio, in genere con occupazione prevalente nell'impresa, che gestisce i rapporti con gli altri operatori della filiera commerciale e l'attività di vendita (in modalità mista).

Molto intensa è l'attività di promozione del negozio realizzata con l'erogazione di carte fedeltà e l'organizzazione di eventi promozionali speciali, ad esempio incontri con autori o dibattiti a tema.

Per massimizzare la visibilità del negozio, inoltre, molti punti vendita osservano un orario di apertura superiore alle 12 ore aprendo, spesso, anche la domenica.

Cluster 4 - Librerie specializzate nella vendita di testi scolastici e/o universitari

Numerosità: 384

La caratteristica principale di questo modello è la specializzazione dell'assortimento.

Si tratta di punti vendita che realizzano, infatti, la quota più consistente dei loro ricavi dalla vendita di testi scolastici e/o universitari (61%) rivolgendosi ad una clientela prevalentemente privata (79%) ma composta, in misura maggiore rispetto a tutti gli altri cluster, anche da enti pubblici e privati (17%), come per esempio le biblioteche.

Le dimensioni sono contenute: 48 mq le superfici di vendita, 23 mq gli spazi destinati a magazzino e 3 mt l'estensione delle vetrine.

La gestione è di tipo familiare: il titolare è direttamente coinvolto nell'attività di vendita e di acquisto, coadiuvato talvolta da un socio, da un dipendente o da un familiare.

L'approvvigionamento viene ripartito fra acquisto diretto da case editrici (60%) e commercio all'ingrosso (38%).

Cluster 5 - Cartolibrerie

Numerosità: 306

I soggetti appartenenti a questo cluster presentano il connotato comune di avere un assortimento despecializzato.

Si tratta, infatti, di punti vendita caratterizzati dalla vendita di prodotti di cartoleria, gadget, articoli da regalo e articoli vari, che spesso offrono i servizi di rilegatura testi e copisteria. I libri scolastici, anche se per loro stessa natura

soggetti a una stagionalità molto marcata, completano l'assortimento, contribuendo ai ricavi nella misura del 37% circa.

Le dimensioni sono limitate: 56 mq le superfici di vendita e 23 mq il magazzino e scarsa è anche la presenza di personale dipendente; è presente in genere il solo titolare (il 70% di coloro che rientrano in questo cluster opera nella forma di ditta individuale) direttamente impegnato nell'attività. Le modalità di approvvigionamento seguono logiche piuttosto tradizionali visto che il 65% degli acquisti viene realizzato tramite l'ingrosso.

Cluster 6 - Librerie di piccole dimensioni

Numerosità: 443

E' questo il cluster con maggiore numerosità e comprende il modello più tipico e diffuso di libreria: il punto vendita indipendente che propone un assortimento piuttosto diversificato, ma che realizza con i libri di narrativa e quelli di saggistica la parte più consistente dei ricavi (38%), rivolgendosi ad una clientela quasi esclusivamente privata.

La figura giuridica che prevale è la ditta individuale (58%) ma è elevata anche l'organizzazione in forma di società di persone.

Le strutture sono in generale di piccole dimensioni sia in termini di superfici di vendita (61 mq) e magazzino (19 mq) che di addetti; questi ultimi comprendono spesso il solo titolare a volte coadiuvato da un collaboratore o un dipendente.

Gli acquisti vengono ripartiti in misura quasi equivalente fra l'ingrosso, che rappresenta la quota maggiore (51%) e le case editrici (45%).

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

È opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici dell'attività in esame:

- ricarico = ricavi / costo del venduto

  dove:

  - costo del venduto = esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

---

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

- produttività per addetto = ricavi / [numero addetti[4] * 1.000]

dove:

• numero addetti = (ditte individuali)	1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
• numero addetti = (società)	Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

- rotazione del magazzino = costo del venduto / giacenza media del magazzino

  dove:

  - giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per l'indicatore ricarico, per il cluster 1, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 1° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per il cluster 2, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per i cluster 3 e 4, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per il cluster 5, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 18° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per il cluster 6, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 17° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per il cluster 1, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 1° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per il cluster 2, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 1° ventile e l'estremo superiore del 18° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per i cluster 3 e 4, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per il cluster 5, è stato utilizzato l'intervallo oltre l'estremo superiore del 3° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per il cluster 6, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 1, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 1° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 2, è stato utilizzato l'intervallo oltre l'estremo superiore del 3° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per i cluster 3 e 4, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 5 e 6, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della “funzione di ricavo” per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della “funzione di ricavo” sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise.

Una volta selezionate le variabili, la determinazione della “funzione di ricavo” si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l’eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell’intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della “funzione di ricavo” si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell’attività.

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla “territorialità del commercio”[5], che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- grado di sviluppo socio-economico.

Nella definizione della funzione di ricavo le aree territoriali sono state rappresentate con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro

---

[5] I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell’apposito Decreto Ministeriale.

interazione con la variabile "costo del venduto". Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile " costo del venduto ".

Nell'allegato 2.A vengono riportate le variabili e i coefficienti delle "funzioni di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'*Analisi Discriminante*[6];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 2.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo

[6] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 2.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO SM12U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
Costo del venduto	1,0651	1,0629	1,1310	1,1222	1,1582	1,1546
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,8040	1,0531	0,7802	0,6516	0,4726	0,8963
Valore dei beni strumentali	-	0,2250	0,1494	0,0831	0,1418	0,1407
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,5682	0,8095	0,5393	0,8730	0,3651	0,7761
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	19.842,3843	16.885,9783	17.707,0883	13.004,7327	10.557,2980	10.037,9243
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	19.842,3843	16.885,9783	17.695,5781	12.573,6863	7.400,0328	8.902,7541
Mq locali per la vendita e l'esposizione interna della merce	282,5383	128,4300	165,8995	215,9793	136,5378	187,3669

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL "COSTO DEL VENDUTO"

GRUPPO DELLA TERRITORIALITÀ DEL COMMERCIO	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-	-	-0,0441	-	-0,0652
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-	-0,0441	-	-0,0652
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	0,0292	0,0373	-	0,0238	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-0,0249	-	-0,0282
7) Aree con livello medio di benessere, con un sistema produttivo prevalentemente industriale e con una rete distributiva poco modernizzata	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

ALLEGATO 2.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio

Quadro B:

- Mq locali per la vendita e l'esposizione interna della merce
- Mq locali destinati a magazzino

Quadro J:

- Mq locali destinati a magazzini e/o depositi

Quadro G:

- Tipologia della clientela: Esercenti arti e professioni (anche in forma associata), società e imprese
- Tipologia della clientela: Enti pubblici e privati (Scuole, Università, Biblioteche)
- Tipologia di vendita: Mista (self-service assistito)
- Prodotti merceologici venduti: Libri di narrativa
- Prodotti merceologici venduti: Libri di geografia/viaggi e guide turistiche
- Prodotti merceologici venduti: Pubblicazioni per l'infanzia
- Prodotti merceologici venduti: Testi scolastici e/o universitari
- Prodotti merceologici venduti: Manuali per uso professionale (tributario, informatica, ecc.)

- Prodotti merceologici venduti: Pubblicazioni specialistiche (medicina, architettura, ingegneria, ecc.)
- Prodotti merceologici venduti: Periodici e riviste
- Prodotti merceologici venduti: Gadgets, articoli da regalo, poster, cartoline, calendari
- Prodotti merceologici venduti: Articoli di cartoleria, bollettari, manuali, modulistica e materiale per ufficio
- Servizi offerti: Erogazione di carte fedeltà personalizzate
- Servizi offerti: Acquisto, vendita e permuta di libri usati
- Servizi offerti: Prenotazione di testi scolastici ed universitari
- Servizi offerti: Eventi promozionali speciali (ad es. con la presenza degli autori e/o della stampa)
- Servizi offerti: Rilegatura testi, fotocopie
- Altri dati: Numero delle case editrici commercializzate
- Altri dati: Numero dei titoli commercializzati nel 1997
- Altri dati: Vendite con emissione di fattura e/o ricevuta fiscale

Quadro H:

- Modalità di acquisto: Da commercianti all'ingrosso (diretto o tramite intermediari del commercio)

Quadro I:

- Computer (numero)

ALLEGATO 3

Nota Tecnica e Metodologica

SM17U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ISTAT:

- 51.21.1 - Commercio all'ingrosso di cereali e legumi secchi;
- 51.21.2 - Commercio all'ingrosso di sementi e alimenti per il bestiame, piante officinali, semi oleosi, oli e grassi non commestibili, patate da semina;
- 51.37.1 - Commercio all'ingrosso di caffè;

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM17).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 4231, di cui 1585 relativi al codice 51.21.1, 1981 relativi al codice 51.21.2 e 665 al codice 51.37.1 I

questionari restituiti sono stati 2485 (rispettivamente 941, 1193 e 351 per i tre codici), pari al 58,7% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 519 questionari, pari al 20,9 % dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- compilazione di più quadri B corrispondenti ad unità locali dislocate in comuni differenti;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro H del questionario (modalità di acquisto) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai ricavi conseguiti con la vendita delle merci trattate (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario;

- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 1966.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene gli stessi dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di prodotti venduti, alle varie modalità di acquisto, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di una impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare nove gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- tipologie di prodotto;
- modalità di vendita;
- tipologia di clientela;

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Grossisti rivolti ai distributori al dettaglio

Numerosità: 57

Il cluster si caratterizza in primo luogo per il tipo di clientela, prevalentemente costituito da dettaglianti (52%) ma con una forte presenza di operatori della grande distribuzione (15%). Il rimanente è costituito prevalentemente da grossisti (19%).

Le merceologie trattate sono principalmente i legumi (28%) e il riso (22%), ma in misura significativa sono presenti anche le sementi (11%).

Tali tipologie produttive normalmente vengono acquistate sfuse e rivendute confezionate ai dettaglianti, pronte per la commercializzazione. Il grossista si occupa dunque di una fase, seppure minore, di trasformazione; tale ipotesi sembra essere confermata sia dalla presenza diffusa di macchine selezionatrici e confezionatrici sia dal dato relativo agli spazi per la lavorazione di prodotti (109 mq. medi) di molto superiore alla media del settore (36 mq.)

Dal punto di vista degli altri dati dimensionali, questi operatori hanno depositi (343 mq) poco superiori alla media, e sono in linea con il settore per le altre strutture: uffici e locali adibiti alla vendita.

Il personale impiegato è di circa di 2 o 3 addetti: il titolare (o socio) coadiuvato da un familiare o da 1 o 2 dipendenti, dunque di poco superiore alla media del settore.

La vendita avviene prevalentemente sul territorio (58%), ma in genere senza ricorrere ad agenti o venditori diretti.

L'approvvigionamento avviene da diverse fonti: produttori italiani (41%), grossisti, importatori ed estero.

In questo cluster sono relativamente diffuse le società di persone (39%) e di capitali (23%).

Cluster 2 - Grossisti specializzati nel grano

Numerosità: 137

Il cluster presenta una spiccata specializzazione nella commercializzazione del grano duro (62%), con la presenza, in percentuale minore di grano tenero, sementi e altri cereali.. Coerentemente con la specializzazione individuata, gli operatori appartenenti a questo cluster hanno come clientela principale i molini (60%) e per la restante parte allevatori / agricoltori e grossisti.

Queste imprese si pongono quindi indicativamente a monte (immediatamente dopo i produttori di grano) della filiera produttiva di pasta, pane e prodotti da forno in generale. Mentre la clientela "allevatori/agricoltori" rappresenta in genere uno sbocco per i sottoprodotti del grano, o per derrate di minore qualità, destinate all'alimentazione animale.

I locali destinati a deposito hanno superfici piuttosto ampie (mediamente 335 mq), mentre le altre strutture a disposizione (11 mq di uffici e 43 mq di area di vendita) sono lievemente inferiori a quelle medie di settore, così come il personale impiegato: il titolare o 1-2 soci, con eventualmente un dipendente o un collaboratore familiare.

La vendita è effettuata indifferentemente al banco e/o sul territorio, con scarsa presenza di personale specifico (banconisti e agenti). L'approvvigionamento della merce è effettuato essenzialmente da produttori italiani (87%).

Le imprese di questo cluster sono in larga maggioranza (72%) ditte individuali, il 15% sono società di persone.

Cluster 3 - Grossisti cerealisti despecializzati

Numerosità: 189

I grossisti appartenenti a questo cluster trattano contemporaneamente diverse tipologie di cereali: in particolare mais (16% del fatturato), grano tenero (13%), orzo (11%), avena (5%), cereali diversi (9%). Oltre ad essi, questi grossisti commerciano mangimi (17%) in genere derivati dei suddetti cereali.

Al contrario del cluster 2, la destinazione principale di questi cereali è l'alimentazione animale. Infatti, fra i loro clienti vi sono principalmente agricoltori e allevatori (46%), in misura minore molini (12%), altri grossisti (11%) e dettaglianti (10%).

Dal punto di vista delle strutture, essi hanno depositi ed uffici di dimensioni medie (rispettivamente 318 mq e 15 mq) e locali destinati alla vendita leggermente inferiori (23 mq).

Analogamente, sono in linea con la media di settore in termini di addetti impiegati nell'attività (1addetto oltre al titolare o 1-2 soci).

La vendita è effettuata prevalentemente al banco (50%) o in alternativa sul territorio (39%, con presenza di agenti o venditori in circa il 14% dei casi).

L'approvvigionamento dei prodotti commercializzati avviene presso produttori in Italia (36%) o altri grossisti (33%).

La forma giuridica prevalente è quella della ditta individuale (53%), con presenza di società di persone nel 32% dei casi.

Cluster 4 - Grossista orientato alla vendita sul territorio

Numerosità: 125

La presente tipologia di grossista si caratterizza per la vendita effettuata prevalentemente sul territorio (70%), e per una presenza in misura consistente (42%) di operatori che acquistano direttamente dall'estero.

A fronte della vendita sul territorio, solo il 10% delle aziende dispone di agenti. La vendita è effettuata dunque essenzialmente dai propri uffici, tramite telefono e fax.

Tale configurazione è confermata dalle strutture: ampi gli spazi per uffici (mediamente 27 mq), ma relativamente piccoli quelli destinati a deposito (165 mq) e aree di vendita (presenti solo nel 18% dei casi).

Il posizionamento "a monte" nel canale distributivo giustifica l'elevata incidenza di grossisti (37%) fra i clienti. Per il resto, la clientela è costituita da allevatori/agricoltori (27%) e dettaglianti (12%).

La principale merceologia trattata è rappresentata dalle sementi (38%), ma sono presenti anche fitofarmaci, caffè verde e altri prodotti non tipici.

Il personale addetto all'attività è limitato e composto da 1 dipendente più il titolare o 1-2 soci.

E' significativa in questo cluster (e molto superiore alla media di settore) la presenza di società di capitali (30%).

Cluster 5 - Grossisti con dettaglio

Numerosità: 184

I soggetti appartenenti al cluster sono commercianti che affiancano alla tradizionale attività di ingrosso quella di commercio al dettaglio delle

medesime tipologie di merce: essenzialmente mangimi zootecnici (23%), mangimi per animali domestici (12%), mais (10%) e concimi (9%).

Pertanto il presente cluster si configura come una possibile linea evolutiva del grossista, nel senso di una integrazione a valle verso il mercato privato.

Coerentemente con la modalità di vendita e le merceologie trattate, fra i clienti vi sono in particolare privati, allevatori / agricoltori e dettaglianti.

Dal punto di vista delle strutture, essi hanno ampi locali destinati alla vendita (in media 112 mq), mentre sono poco inferiori alla media di settore per quanto riguarda i depositi (273 mq) e gli uffici (12 mq).

Gli addetti impiegati nell'attività (il titolare o 1-2 soci, in genere un dipendente) è in linea con la media di settore.

L'approvvigionamento avviene essenzialmente in misura equa presso produttori italiani (45%) e altri grossisti (43%). L'elevata incidenza di questi ultimi è un elemento che conferma il posizionamento "a valle" nel canale distributivo.

Cluster 6 - Grandi grossisti orientati all'industria di trasformazione

Numerosità: 185

Il presente cluster è costituito da operatori di grandi dimensioni, che operano prevalentemente nei comparti del mais (65%) e dei semi oleosi (6%).

Tali prodotti sono principalmente impiegati nell'industria alimentare: in particolare in quella olearia, ma le fondamentali merci trattate (mais e soia) hanno in effetti un larghissimo ventaglio di applicazioni, quali industria cartaria, additivi alimentari, farine sostitutive, succedanei del latte, etc.

Coerentemente col tipo di filiera la clientela è costituita soprattutto da industrie (34%) e grossisti (28%).

Le strutture sono ampie, sia in termini di depositi (in media 830 mq), sia di aree di carico/scarico (829 mq), sia soprattutto di silos (1290 mc). Il ricorso a questo tipo di magazzino si giustifica per le dimensioni dell'impresa e la sostanziale omogeneità del prodotto.

Dal punto di vista degli addetti, essi si presentano in linea con la media di settore.

La vendita avviene prevalentemente sul territorio (62%,, tendenzialmente via telefono e/o fax), ma anche al banco (32%).

L'approvvigionamento avviene essenzialmente presso i produttori in Italia (89%).

Il cluster è rappresentato per il 43% da ditte individuali; il 37% da società di persone.

Cluster 7 - Grossisti medio--piccoli rivolti agli allevatori

Numerosità: 407

Il cluster è costituito da operatori dotati di strutture medio – piccole: 126 mq di deposito, 73 mq di carico e scarico, 7 mq di uffici, aree di vendita presenti solo nel 10% dei casi e comunque con estensione modesta.

Anche dal punto di vista del personale addetto, questi grossisti sono strutturati in maniera leggermente inferiore alla media generale,, occupando solo il titolare o 1-2 soci, e avendo personale dipendente a tempo pieno solo nel 16% dei casi.

La principale tipologia di prodotti è costituita da mangimi zootecnici, mentre è particolarmente rilevante l'incidenza di "altri prodotti". All'interno di questa categoria, tuttavia, la parte predominante è presumibilmente costituita da

fieno o foraggio in genere, coerentemente con la clientela, che è costituita essenzialmente (77%) da allevatori/agricoltori.

La vendita avviene prevalentemente sul territorio (74%), generalmente senza l'ausilio di agenti (presenti solo nel 15% dei casi), ma direttamente dagli uffici, tramite telefono e fax.

L'acquisto avviene in prevalenza da produttori italiani (86%).

La forma giuridica prevalente (65%) è la ditta individuale, la restante parte è costituita da società di persone (24%) e di capitali (11%).

Cluster 8 - Grossisti con vendita al banco, orientati agli agricoltori

Numerosità:259

Gli operatori di questo cluster sono commercianti orientati prevalentemente alla vendita al banco (68%). Ha un'ampia diffusione (64% dei casi) la vendita al dettaglio, ma con un'incidenza media del 17%, configurandosi quindi come un'attività accessoria.

La superficie di vendita è molto ampia (95 mq) , mentre le altre strutture sono di poco superiori alla media di settore.

Dal punto di vista del personale, il ricorso a dipendenti a tempo pieno (36% , con presenza media di 2,3 unità) e a tempo parziale (15%, con presenza di 1,4 unità) è più frequente.

Le merceologie trattate riguardano soprattutto concimi (20%), fitofarmaci (16%), mangimi (13%) e sementi (11%).

Coerentemente con i prodotti, la clientela è composta in prevalenza (66%) da allevatori/agricoltori.

Un numero significativo di imprese (41%) offre servizio di assistenza tecnica (in particolare solitamente fornito per fitofarmaci e concimi).

L'approvvigionamento avviene prevalentemente dai produttori (58%) ed in misura minore da altri grossisti (27%).

Sono particolarmente diffuse in questo cluster le società di persone (47%), mentre le dite individuali rappresentano il 39%.

Cluster 9 - Grossisti di caffè

Numerosità: 236

Il presente cluster si caratterizza fondamentalmente per il tipo di merce venduta: il caffè, essenzialmente torrefatto (85% del fatturato).

Da sottolineare che un numero rilevante di imprese dispone all'interno di macchine tostatrici, occupandosi quindi direttamente della relativa fase (la torrefazione). Queste imprese si configurano, di fatto, come aziende di trasformazione.

La vendita avviene prevalentemente sul territorio (78%), con o senza l'ausilio di agenti e venditori diretti.

L'approvvigionamento avviene essenzialmente da produttori italiani (33%, in realtà essi sono dei trasformatori, dato che il caffè in Italia è totalmente importato), da importatori (25%) o da altri grossisti (20%).

Dal punto di vista della clientela, questi operatori si rivolgono principalmente a pubblici esercizi (80%) e in misura minore a dettaglianti (8%).

Per quanto riguarda le dimensioni, i grossisti di caffè si caratterizzano per modeste strutture destinate a deposito e alla vendita, ma il 33% delle imprese indica aree destinate alla lavorazione dei prodotti (mediamente 79 mq). Il personale addetto è in linea con la media di settore (tendenzialmente 2).

La forma giuridica prevalente è anche in questo caso la ditta individuale (52%), mentre le società di persone risultano il 30%.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

- produttività per addetto = ricavi/(numero addetti[4]*1.000)

  dove:

  - numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti

---

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

+ numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

- numero addetti (società) = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

- ricarico = ricavi/costo del venduto;

dove:

- costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

- Durata delle scorte = (giacenza media /costo del venduto)*365;

dove:

- giacenza media = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) /2;

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per la produttività per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- fino all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 16° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 7;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 8;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 9.

Per il ricarico sono stati scelti i seguenti intervalli:

- per il cluster 1 non è stato fissato alcun intervallo;

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 7;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 8;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 9.

Per la durata delle scorte sono stati scelti i seguenti intervalli:

- fino all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- fino all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7;
- per i cluster 1, 2 ,3, 4, 5 e 8 non è stato fissato alcun intervallo;
- fino all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 9.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nell'allegato 3.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della "funzione di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'Analisi Discriminante[5];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 3.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima

[5] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 3.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO **SM17U**

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	1,0647	1,0618	1,0435	1,0448
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	-	-	1.964,8888	-
Quadrato del costo del venduto	-	-0,5328	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,8814	0,6379	1,2596	1,5071
Valore dei beni strumentali	-	0,1209	0,0977	-
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	4.517,0141	-	-	3.683,3409
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,3843	0,7125	0,6811	1,3577
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	30.931,0110	20.040,7018	14.926,0559	32.783,4045
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	35.091,4756	20.040,7018	14.926,0559	32.783,4045

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.
- Le variabili elevate al quadrato sono divise per 10^8

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO **SM17U**

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto	1,0586	1,0561	1,0529	1,0766
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2.666,8575	-	2.567,9420	-
Quadrato del costo del venduto	-	-0,3744	-	-0,6901
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,0930	1,2836	1,2101	0,9437
Valore dei beni strumentali	0,1616	0,0580	0,1672	0,1593
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	-	-	-	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7209	1,5083	0,7793	1,1653
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.670,4795	24.027,3372	18.329,9178	-
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	18.023,2391	24.027,3372	23.593,5516	-

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 9			
Costo del venduto	1,2442			
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	-			
Quadrato del costo del venduto	-			
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9262			
Valore dei beni strumentali	0,1903			
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	-			
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,0646			
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	21.720,3138			
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	33.695,7929			

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.
- Le variabili elevate al quadrato sono divise per 10^8

ALLEGATO 3.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro B:

- Potenza installata (Kw)
- Mq locali destinati a deposito
- Mq locali destinati alla vendita
- Metri cubi dei silos
- Mq locali destinati ad uffici
- Mq dei piazzali dedicati alle operazioni di carico e scarico

Quadro D:

- Autoveicoli per trasporto promiscuo (numero)
- Autocarri (numero)

Quadro G:

- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco
- Tipologia di vendita: Dettaglio
- Prodotti merceologici venduti: Grano tenero
- Prodotti merceologici venduti: Grano duro
- Prodotti merceologici venduti: Orzo
- Prodotti merceologici venduti: Mais
- Prodotti merceologici venduti: Avena
- Prodotti merceologici venduti: Riso
- Prodotti merceologici venduti: Altri cereali
- Prodotti merceologici venduti: Legumi secchi
- Prodotti merceologici venduti: Sementi

- Prodotti merceologici venduti: Mangimi zootecnici
- Prodotti merceologici venduti: Semi oleosi (soia, girasole e colza)
- Prodotti merceologici venduti: Caffè torrefatto
- Prodotti merceologici venduti: Fitofarmaci
- Prodotti merceologici venduti: Concimi
- Servizi offerti: Consegna
- Servizi offerti: Servizio di ordinazione anticipata
- Servizi offerti: Assistenza tecnica
- Tipologia di clientela: Allevatori/Agricoltori
- Tipologia di clientela: Molini
- Tipologia di clientela: Industrie
- Tipologia di clientela: Grossisti
- Tipologia di clientela: Dettaglianti
- Tipologia di clientela: Pubblici esercizi
- Tipologia di clientela: Grande distribuzione e distribuzione organizzata
- Tipologia di clientela: Consumatori privati
- Atri dati: Mq dei locali destinati alla vendita al dettaglio
- Atri dati: Numero dei punti cassa

Quadro H:

- Modalità di acquisto: Da produttori in Italia
- Modalità di acquisto: Dall'estero
- Modalità di acquisto: Da grossisti

- Modalità di acquisto: Da trasformatori
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti

Quadro I:

- Muletti e carrelli (numero)
- Macchine selezionatrici (numero)
- Macchine confezionatrici (numero)
- Pompe aspiranti (numero)
- Tostatrici (numero)

ALLEGATO 4

Nota Tecnica e Metodologica

SM20U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 52.47.3 – Commercio al dettaglio di articoli di cartoleria, di cancelleria e fornitura per ufficio.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM20).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 15.265. I questionari restituiti sono stati 9.012, pari al 59,0 % degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 1.893 questionari, pari al 21,0 % dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sul fatturato complessivo superiore al 20%;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- non compilazione delle superfici degli spazi destinati all'esercizio dell'attività presenti nel quadro B del questionario;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici venduti (quadro G del questionario);
- quadro H del questionario (modalità organizzativa e di acquisto) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di acquisto (quadro H del questionario);
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 7.119.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su di un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di clientela, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative a quegli elementi strutturali e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare tredici gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- la dimensione relativa dell'attività in termini di quantità di forza lavoro, ampiezza degli spazi disponibili, dotazione di beni strumentali;
- la specializzazione per tipologia di prodotti venduti e di clientela;
- la specializzazione per tipologia di servizio offerto;
- il modello organizzativo interno;
- la modalità di acquisto;
- la localizzazione.

In particolare l'analisi dei gruppi omogenei ha evidenziato le seguenti tipologie di aziende:

- cartolerie specializzate in articoli di lusso e da regalo;
- piccole cartolerie tradizionali;
- cartolerie in franchising orientate all'ufficio;
- cartolerie localizzate presso centri commerciali al dettaglio;
- cartolerie indipendenti orientate all'ufficio;
- cartolerie localizzate in strutture particolari;
- cartolerie di grandi dimensioni;
- cartolerie ad offerta diversificata;
- cartolibrerie;
- cartolerie tradizionali con servizi base;
- cartolerie specializzate in servizi;
- cartolerie integrate nel canale commerciale orientate alla clientela privata;
- cartolerie orientate agli articoli da regalo.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Cartolerie specializzate in articoli di lusso e da regalo

Numerosità: 130

Il cluster assume la connotazione tipica di negozio di lusso. Tale caratteristica è data da diversi elementi, tra gli altri la tipologia di prodotti: si rileva infatti un forte orientamento alla vendita di "articoli da regalo, poster, album per foto, giochi da tavolo" (43 %) e "penne" (23%). Coerentemente con i prodotti, la clientela è costituita prevalentemente da privati (87%).

L'offerta di servizi è in genere assente, se non per fotocopie e realizzazione timbri (presenti all'incirca nel 15% delle imprese).

Dal punto di vista delle dimensioni, questo tipo di negozio si presenta di poco sotto la media generale (48 mq di vendita, 16 mq di deposito), mentre il personale impiegato (mediamente 2) è superiore alla media di settore.

Le spese promozionali sono più elevate rispetto alla media del comparto, sia in termini di pubblicità che di allestimento vetrine.

L'approvvigionamento avviene in prevalenza (70%) direttamente presso le ditte produttrici.

La maggior parte delle imprese appartenenti a questo cluster si trova in isole pedonali (46%) o zone a traffico limitato (29%), normalmente ubicate nel centro cittadino. Significativo anche il numero di imprese aderenti ad associazioni di commercianti di via (25%).

A confermare l'orientamento verso un alto di gamma è il dato sui terminali POS, presenti nel 90% delle imprese del cluster, con un'incidenza del 23% sul totale pagamenti.

Per quanto riguarda la forma giuridica, il cluster è costituito per il 49% da ditte individuali, da società di persone per il 41% e da società di capitali per il 10%.

Cluster 2 - Piccole cartolerie tradizionali

Numerosità: 1.498

I negozi appartenenti a questo cluster, organizzati per il 92% in forma di ditta individuale, si caratterizzano per dimensioni del punto vendita e del magazzino inferiori alla media generale (rispettivamente 38 e 9 mq), e per, in generale, l'assenza di personale dipendente. La clientela è essenzialmente privata (94%), mentre l'assortimento verte principalmente su articoli di cartoleria (37%), penne (16%) e, in misura minore, articoli da regalo (11%). La modalità di vendita assistita è particolarmente diffusa (87%).

Questo tipo di negozio opera in forma indipendente, approvvigionandosi prevalentemente presso grossisti (91%).

L'offerta di servizi è assente o limitata al solo servizio di fotocopiatura.

Non effettuano consegna a domicilio, e pertanto in genere non vi sono mezzi né spese per servizi sostitutivi o integrativi dei mezzi propri.

Le dotazioni di beni strumentali sono inferiori alla media del settore, e si limitano generalmente ad una fotocopiatrice.

L'allestimento delle vetrine è normalmente curato direttamente dal titolare, in quanto le relative spese sono quasi completamente assenti.

L'orario di apertura è in genere (76%) non superiore alle 8 ore giornaliere.

Cluster 3 - Cartolerie in franchising orientate all'ufficio

Numerosità: 239

Il presente cluster è rappresentato da aziende organizzate in franchising, di dimensioni medio - grandi (97 mq di locali per la vendita, 57 mq di magazzino).

La forma giuridica più comune è quella della società di persone (48%), mentre le ditte individuali sono il 28%.

Il totale addetti è mediamente pari a 3, significativamente sopra la media del settore.

Anche per quanto riguarda i beni strumentali, i soggetti di questo cluster dispongono di attrezzature (PC, fax, stampanti, 90 metri lineari di scaffalature).

Dal punto di vista della clientela, questi negozi si rivolgono prevalentemente ad imprese (67%) ed in misura minore a privati ed enti. E' significativa la percentuale (39%) di modalità di vendita mista (assistita e libero servizio).

In linea con la clientela, l'orario di apertura raramente (11%) supera le 8 ore e mai le 12.

Coerentemente con il tipo di clientela, le merceologie trattate riguardano principalmente modulistica (39%) e carta per fotocopie (12%). Sono significative anche le vendite di libri, calcolatrici e prodotti informatici (rispettivamente 8%, 6% e 9%).

Fra i servizi offerti, vi sono in genere la realizzazione timbri (75%), la consegna a domicilio (69%, realizzata con o senza l'ausilio di mezzi propri), oltre a quelli base di fotocopiatura (60%) e fax (48%). Particolarmente

significativa anche la presenza di imprese che effettuano assistenza tecnica (25%).

L'approvvigionamento avviene principalmente attraverso il franchisor (54%) e, per il rimanente, in misura pressoché identica fra grossisti (23%) e produttori (22%).

Le spese promozionali, di pubblicità e di allestimento vetrine, sia dirette che in termini di contributo al franchisor, sono piuttosto elevate.

Cluster 4 - Cartolerie localizzate presso centri commerciali al dettaglio

Numerosità: 110

La caratteristica principale di queste cartolerie è la loro localizzazione presso centri commerciali al dettaglio, che fungono da poli attrattivi per la clientela. Tale dato è rafforzato da quello delle spese per servizi comuni, mediamente 2,3 milioni, molto al di sopra della media di settore.

Dal punto di vista delle strutture fisiche, hanno spazi destinati alla vendita di poco superiori alla media generale (61 mq), magazzini appena inferiori (17 mq), ma parcheggi relativamente ampi (22 mq).

Le spese promozionali sono in linea con la media di settore.

Coerentemente con il tipo di localizzazione, la clientela servita è essenzialmente privata (91%), mentre l'approvvigionamento avviene prevalentemente da grossisti (77%). La modalità di vendita è soprattutto assistita (68%), ma anche la vendita mista è piuttosto diffusa (30%).

Le principali merceologie trattate riguardano articoli di cartoleria classica (21%), articoli da regalo (21%), testi (13%) e penne (10%).

Solo l'8% degli appartenenti al cluster ha personale dipendente, mentre in generale sono addetti all'attività il titolare coadiuvato da un familiare o 1-2

soci. Il 67% delle imprese di questo settore è composto da ditte individuali, mentre le società di persone sono il 31%.

Una parte significativa delle imprese (34%) ha un orario di apertura che supera le 8 ore giornaliere.

La dotazione di beni strumentali è in linea con la media del settore, così come i servizi offerti che si limitano alla fotocopiatura (nel 67% dei casi) e fax (41%).

Cluster 5 - Cartolerie indipendenti orientate all'ufficio

Numerosità: 610

I soggetti appartenenti al cluster sono organizzati in modo indipendente ed hanno una clientela composta prevalentemente (52%) da imprese. In linea con la clientela, l'orario di apertura raramente (12%) supera le 8 ore.

Coerentemente, le principali tipologie di prodotti trattate sono moduli (23%) e carta per fotocopie (21%); hanno un'incidenza significativa, e superiore alla media del settore, le macchine per ufficio (5%) e i prodotti informatici (3%). I prodotti sono offerti, normalmente, tramite vendita assistita (82%).

Dal punto di vista della forma giuridica, si tratta prevalentemente di ditte individuali (56%), con una rilevante presenza, comunque, di società di persone (37%).

L'approvvigionamento avviene all'ingrosso (56%) o direttamente dai produttori (42%).

Le spese promozionali (allestimento vetrine e pubblicità) sono di media entità.

Dal punto di vista delle strutture fisiche, queste cartolerie hanno superfici di vendita (58 mq) e di magazzino (25 mq) di poco superiori alla media del

comparto. Sono in linea con il settore per quanto riguarda il personale impiegato, composto mediamente di 2 addetti.

Per quanto riguarda i servizi, accanto a quelli comuni di fotocopiatura e fax, il 52% delle imprese offre la consegna a domicilio, mentre circa la metà (47%) offre la realizzazione di timbri e una percentuale significativa (6%) offre assistenza tecnica.

Cluster 6 - Cartolerie localizzate in strutture particolari

Numerosità: 91

Il presente cluster si caratterizza principalmente per la sua localizzazione in strutture particolari, quali stazioni, centri direzionali, scuole e ospedali.

Dal punto di vista del personale, in genere non si rileva la presenza di dipendenti, ma gli unici addetti sono il titolare (per il 70% si tratta di ditte individuali), con eventualmente (nel 10% dei casi) un collaboratore familiare, o 1-2 soci.

Le dimensioni dell'area di vendita (62 mq) e del magazzino (23 mq) sono leggermente superiori alla media di settore. La vendita è in genere assistita (75%) ma la modalità mista (assistita / libero servizio) è relativamente diffusa (18%).

Trattandosi di negozi situati in strutture peculiari, sono presenti mediamente spese per servizi comuni elevate (circa tre volte la media generale).

La clientela è prevalentemente privata; è, comunque, significativa anche la presenza di imprese (17%).

L'approvvigionamento avviene soprattutto da grossisti (76%).

L'assortimento di prodotti venduti comprende principalmente prodotti di cartoleria tradizionale (22%) , articoli da regalo (13%), penne (11%) e carta per fotocopie (9%).

Un numero significativo di imprese di questo cluster offre servizi di realizzazione timbri (34%, presumibilmente rivolto ai centri direzionali) e di rilegatura testi (16%, ipotizzabile come correlato a scuole e università), oltre a quelli più classici di fotocopiatura e fax.

La dotazione di beni strumentali ricalca i servizi offerti ed è costituita da una fotocopiatrice, in genere un fax, talvolta un computer ed una stampante; nel 23% dei casi da una rilegatrice.

La consegna a domicilio viene effettuata nel 25% dei casi, avvalendosi in genere di un'autovettura.

La natura giuridica prevalente di queste imprese è la ditta individuale (70%), mentre le società di persone rappresentano il 26%.

Cluster 7 - Cartolerie di grandi dimensioni

Numerosità: 116

Le caratteristiche essenziali di questo cluster sono quelle dimensionali, in primo luogo in termini di superfici: l'area di vendita media è di 157 mq (pari a circa 3 volte la media di settore), mentre l'area di magazzino è di 122 mq. Particolarmente rilevante è anche la lunghezza delle scaffalature (189 m lineari).

Dal punto di vista del personale, questi negozi occupano 2-3 dipendenti, con un titolare, eventualmente coadiuvato da collaboratori familiari o 1-2 soci che prestano attività nell'impresa.

La forma giuridica più comune è la società di persone (47%) o di capitali (24%), mentre il 29% sono ditte individuali.

La vendita è prevalentemente assistita (59%) ma è particolarmente diffusa anche la vendita mista (36%). L'orario di apertura nel 90% dei casi non supera le 8 ore.

L'approvvigionamento è effettuato, per il 58%, direttamente presso le ditte produttrici.

La clientela di questo tipo di imprese è composita: per il 44% privata, per il 38% imprese e per il 18% enti.

Conseguentemente, la gamma di prodotti venduti è uniformemente distribuita su tutte le tipologie.

Le spese promozionali sono particolarmente elevate, in termini di allestimento vetrine (3 volte la media di settore) e soprattutto di pubblicità (oltre 10 volte la media).

L'offerta di servizi è piuttosto diffusa, in particolare per quanto riguarda la consegna a domicilio (67%) e la realizzazione di timbri (40%). Significativa è anche la presenza di imprese che offrono assistenza tecnica (13%).

La dotazione di beni strumentali è di poco superiore alla media di settore, e consiste essenzialmente in computer (2), stampanti (2), fotocopiatrici (1) e fax (1).

Cluster 8 - Cartolerie ad offerta diversificata

Numerosità: 394

Gli operatori di questo cluster sono organizzati per l'82% come ditte individuali, e sono tendenzialmente di piccole dimensioni. Il personale è

costituito essenzialmente dal titolare eventualmente coadiuvato da un collaboratore familiare.

Dal punto di vista delle superfici, essi presentano un'area media di vendita di 43 mq e un magazzino di 13 mq.

Le spese promozionali sono minime, sia in termini di pubblicità che di allestimento vetrine. La vendita è prevalentemente assistita (84%).

Per quanto riguarda le tipologie di merci trattate, questi negozi si caratterizzano per la prevalenza di "altri prodotti" (60%), al di fuori di quelli tipici del settore. La presenza significativa di imprese con codici secondari collegati (edicole e tabaccherie) può far ipotizzare che si tratti principalmente di giornali, riviste e articoli di tabaccheria. Le altre tipologie trattate sono articoli da regalo (11%) e articoli di cartoleria (10%).

In generale non offrono servizi, se non di fotocopiatura (comunque presente solo nel 30% dei casi). Conseguentemente, la dotazione di beni strumentali è minima.

Hanno una clientela marcatamente privata (94%), mentre l'approvvigionamento è prevalentemente realizzato presso grossisti (85%).

Un numero rilevante (37%) di negozi ha un orario di apertura superiore alle 8 ore. Normalmente questi negozi non si trovano in zone pedonali o a traffico limitato.

Cluster 9 - Cartolibrerie

Numerosità: 887

Il cluster, organizzato prevalentemente in forma di ditta individuale (84%), è composto da imprese orientate alla vendita di testi scolastici (37%) e libri (9%), accanto ai prodotti tradizionali di cartoleria.

La clientela è principalmente privata (88%), con una significativa (8%) incidenza degli enti pubblici e privati; l'approvvigionamento è effettuato prevalentemente presso grossisti (84%).

Le dimensioni del magazzino e dell'area di vendita sono di poco inferiori alla media del settore.

Le spese promozionali sono relativamente basse.

Solo nel 7% dei casi vi è un dipendente a tempo pieno, mentre nella maggior parte dei casi l'unico addetto è il titolare, o 1-2 soci.

La modalità di vendita prevalente (85%) è quella assistita.

Ad eccezione della fotocopiatura (63% dei casi) non vengono offerte altre tipologie di servizi. Coerentemente, a parte una fotocopiatrice, non vi sono in genere beni strumentali.

I negozi appartenenti a questo cluster si trovano generalmente fuori da zone pedonali o a traffico limitato, ed osservano orari di apertura fino a 8 ore giornaliere (79%).

Si tratta di un modello che ha maggiore diffusione nell'Italia centro-meridionale.

Cluster 10 - Cartolerie tradizionali con servizi base

Numerosità: 1.445

Il cluster 10 è formato da imprese di dimensioni in linea con la media del settore, sia in termini di superficie, che di numero di addetti (il titolare con eventualmente un collaboratore familiare o 1-2 soci).

Si tratta di negozi orientati prevalentemente alla vendita ai privati (88%), soprattutto di articoli di cartoleria (25%), di testi (17%) e di articoli da regalo

(13%). Essi sono organizzati prevalentemente come ditte individuali (71%), ed operano essenzialmente (88%) con vendita assistita.

L'approvvigionamento avviene in prevalenza presso grossisti (82%).

Caratteristica di questo cluster è l'offerta diffusa di servizi base, quali fotocopiatura (97%), invio e ricezione fax (86%) e, in misura minore, realizzazione timbri (23%).

La dotazione di beni strumentali è coerente con il tipo di servizi resi.

I negozi appartenenti a questo cluster sono prevalentemente al di fuori di aree pedonali o a traffico limitato.

Le spese promozionali sono leggermente inferiori a quelle medie di settore.

Un numero significativo di imprese (36%) osserva un orario di apertura superiore alle 8 ore.

Cluster 11 - Cartolerie specializzate in servizi

Numerosità: 492

Le imprese appartenenti a questo cluster hanno dimensioni, sia in termini di superficie che di personale, in linea con la media del settore. Sono organizzate prevalentemente in forma di ditta individuale (74%).

Il tipo di clientela servita è costituito prevalentemente da privati (73%), ma con una significativa presenza di imprese ed enti (rispettivamente 20% e 7%).

L'assortimento appare despecializzato, anche se la tipologia più rilevante è data dai prodotti di cartoleria tradizionale (20%).

La vendita avviene prevalentemente in forma assistita (79%), ma una parte significativa delle imprese (20%) adotta la vendita mista, ad esempio in termini di fotocopie self-sevice.

L'approvvigionamento avviene prevalentemente tramite ingrosso (77%).

Caratteristica principale del cluster sono i macchinari installati: 2 fotocopiatrici, 1 fax, 1 computer, 1 stampante e almeno 1 rilegatrice.

Coerentemente, è ampia la gamma di servizi offerti: fotocopiatura (97%), fax (72%), rilegatura (88%), realizzazione timbri (46%), traduzione (15%, fortemente presente rispetto alla media del settore).

L'ubicazione delle aziende è in genere fuori da zone pedonali o a traffico limitato. Le spese pubblicitarie sono in linea con la media del settore, mentre sono piuttosto elevati i costi di allestimento vetrine.

Cluster 12 - Cartolerie integrate nel canale commerciale orientate alla clientela privata

Numerosità: 168

Il presente cluster è rappresentato da aziende organizzate in gruppi d'acquisto (79%) o franchising, di dimensioni medie.

La forma giuridica più comune è quella della ditta individuale (62%), mentre le società di persone sono il 35%.

Il totale addetti è mediamente 2, appena sopra la media del settore. Analogamente, sono poco superiori alla media le superfici di vendita (58 mq) e di magazzino (19 mq), così come le spese promozionali.

Dal punto di vista della clientela, questi negozi si rivolgono prevalentemente a privati (83%).

La modalità di vendita prevalente è quella assistita (76%) ma una parte significativa (23%) delle imprese opera con vendita mista.

Le merceologie trattate riguardano principalmente articoli di cartoleria (21%), ma sono rilevanti anche articoli da regalo (17%) e testi scolastici (14%).

L'approvvigionamento avviene principalmente attraverso il gruppo/franchisor (44%), e per il 36% presso grossisti.

Fra i servizi offerti vi sono principalmente fotocopiatura (74%) e fax (52%), ma anche rilegatura testi (21%) e realizzazione timbri (33%).

I beni strumentali consistono principalmente in una fotocopiatrice ed un fax. Sono relativamente diffuse le aziende dotate di un computer e di una stampante.

Le aziende appartenenti a questo cluster osservano orari di apertura fino a 8 ore giornaliere (71%) o tra le 8 e le 12 ore (29%). Si trovano in genere ubicate in zone a traffico non limitato.

Cluster 13 - Cartolerie orientate agli articoli da regalo

Numerosità: 626

Il cluster è rappresentato da aziende di dimensioni in linea con la media di settore, sia in termini di superficie che di personale addetto (1-2 soci o il titolare eventualmente affiancato da un collaboratore familiare).

Si tratta per il 71% di ditte individuali, mentre le società di persone rappresentano il 25%.

Il tipo di clientela servita è essenzialmente quella privata (91%). Gli approvvigionamenti avvengono soprattutto presso grossisti (61%) ma anche, per una parte significativa (38%), presso le ditte produttrici.

Il tipo di assortimento è orientato agli articoli da regalo, gadget, giochi da tavolo, album per foto (35%), mentre in misura minore sono trattati articoli in carta (16%) e penne (11%).

La vendita è generalmente (84%) assistita, l'orario di apertura non supera (nel 86% delle aziende) le 8 ore giornaliere.

I negozi appartenenti a questo cluster non offrono quasi mai servizi. Conseguentemente, la dotazione di beni strumentali è minima.

Le spese promozionali sono relativamente basse, sia in termini di pubblicità che di costi di allestimento vetrine.

Il cluster è caratterizzato da una rilevante diffusione di imprese ubicate in isola pedonale (12%) o zona a traffico limitato (26%), prive di parcheggi (presenti solo nell'1% dei casi).

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

È opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto negativo;

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici dell'attività in esame:

- ricarico = ricavi / costo del venduto

  dove:

  - costo del venduto = esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

- produttività per addetto = ricavi / [numero addetti[4] * 1.000]

  dove:

  - numero addetti = (ditte individuali) 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

  - numero addetti = (società) Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

- rotazione del magazzino = costo del venduto / giacenza media del magazzino

dove:

- giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per l'indicatore ricarico, per i cluster 6 e 7, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 1° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per i cluster 1, 2, 4, 5 e 13, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per i cluster 3, 8, 10, 11 e 12 è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per il cluster 9, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per il cluster 7, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 1° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per i cluster 3 e 6, è stato utilizzato l'intervallo oltre l'estremo superiore del 1° ventile .

Per l'indicatore produttività per addetto, per i cluster 4, 5, 9, 10 e 12, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per i cluster 1 e 11, è stato utilizzato l'intervallo oltre l'estremo superiore del 2° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per i cluster 8 e 13, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore produttività per addetto, per il cluster 2, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 5° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 6, è stato utilizzato l'intervallo oltre l'estremo superiore del 1° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per i cluster 3, 4, 7 e 9, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 5, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per i cluster 1, 2 e 8, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 5° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 12, è stato utilizzato l'intervallo oltre l'estremo superiore del 5° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per i cluster 10 e 11, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 6° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 13, è stato utilizzato l'intervallo oltre l'estremo superiore del 6° ventile.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della "funzione di ricavo" si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività.

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla "territorialità del commercio"[5], che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- grado di sviluppo socio-economico.

Nella definizione della funzione di ricavo le aree territoriali sono state rappresentate con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con la variabile "costo del venduto". Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile " costo del venduto ".

Nell'allegato 4.A vengono riportate le variabili e i coefficienti delle "funzioni di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'*Analisi Discriminante*[6];

---

[5] I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

[6] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 4.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 4.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM20U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,1962	1,2390	1,2615	1,2539	1,1757
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,6554	0,4734	0,5877	0,8814	0,6588
Valore dei beni strumentali	0,2594	0,1386	0,1072	-	0,2160
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,0214	0,9740	0,8062	0,8557	0,7429
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	26.171,9414	10.853,7349	18.167,1746	8.354,7540	21.702,1227
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	11.982,1243	5.549,1901	12.881,4154	8.354,7540	11.035,2392
Mq locali per la vendita e l'esposizione interna della merce	154,9650	117,1651	196,6553	120,3413	227,0252

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL "COSTO DEL VENDUTO"

GRUPPO DELLA TERRITORIALITÀ DEL COMMERCIO	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-0,0669	-	-	-0,0797
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-0,0453	-	-	-0,0797
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	0,0436	-	-	0,0557
6) Aree di medio-piccole dimensioni con marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-	-
7) Aree con livello medio di benessere, con un sistema produttivo prevalentemente industriale e con una rete distributiva poco modernizzata	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO **SM20U**

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Costo del venduto	1,0988	1,1755	1,0964	1,2140	1,2202
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,3485	1,0056	1,8119	0,9929	1,1445
Valore dei beni strumentali	0,2458	0,1714	0,2499	0,0816	0,0977
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,5019	0,8943	0,9658	0,3866	0,5155
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	11.514,4216	27.223,4535	14.200,6973	6.481,7324	5.242,6530
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	11.514,4216	27.223,4535	12.715,9333	4.025,5636	5.176,3887
Mq locali per la vendita e l'esposizione interna della merce	204,7104	-	253,7988	75,9580	128,9156

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL "COSTO DEL VENDUTO"

GRUPPO DELLA TERRITORIALITÀ DEL COMMERCIO	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-	-	-0,0254	-0,0374
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-	-0,0254	-0,0374
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	-	-	-	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-	-0,0211
7) Aree con livello medio di benessere, con un sistema produttivo prevalentemente industriale e con una rete distributiva poco modernizzata	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM20U

VARIABILI	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13
Costo del venduto	1,1457	1,2279	1,1927
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,3064	1,3409	1,0021
Valore dei beni strumentali	0,2202	-	0,1451
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6355	0,5415	0,7096
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	16.076,8816	5.422,8973	9.733,6436
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	11.919,3179	5.422,8973	9.733,6436
Mq locali per la vendita e l'esposizione interna della merce	183,4077	116,3033	159,2997

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL "COSTO DEL VENDUTO"

GRUPPO DELLA TERRITORIALITÀ DEL COMMERCIO	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-	
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	0,0316	-	
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	0,0316	0,0371	0,0386
6) Aree di medio-piccole dimensioni con marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	
7) Aree con livello medio di benessere, con un sistema produttivo prevalentemente industriale e con una rete distributiva poco modernizzata	-	-	

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

ALLEGATO 4.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio
- Numero dei collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero degli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa

Quadro B:

- Mq locali per la vendita e l'esposizione interna della merce
- Numero dei punti cassa attrezzati con lettore codici a barre
- Mq locali destinati a magazzino
- Mq locali destinati ad uffici
- Metri lineari di esposizione fronte strada (vetrine)
- Mq parcheggio riservato alla clientela
- Orario giornaliero di apertura: oltre 8 fino a 12 ore
- Orario giornaliero di apertura: più di 12 ore
- Localizzazione: autonoma

- Localizzazione: esercizio inserito in centro commerciale al dettaglio
- Localizzazione: in altre strutture
- Ubicazione: in isola pedonale
- Adesione ad associazione dei commercianti di via
- Spese sostenute per beni e/o servizi comuni

Quadro J:

- Mq locali destinati a magazzini e/o depositi
- Mq locali destinati ad uffici

Quadro G:

- Tipologia della clientela: Consumatori privati
- Tipologia della clientela: Esercenti arti e professioni (anche in forma associata), società e imprese
- Tipologia di vendita: Assistita (tradizionale)
- Prodotti merceologici venduti: Carta per scuola e per disegno, quaderni, blocchi, agende
- Prodotti merceologici venduti: Carta per fotocopie, per stampa e per pacchi, articoli in carta per la casa (piatti, tovaglioli, ecc.)
- Prodotti merceologici venduti: Articoli per l'archivio, bollettari, modulistica
- Prodotti merceologici venduti: Penne, articoli per la scrittura e inchiostri
- Prodotti merceologici venduti: Articoli da pittura e da disegno
- Prodotti merceologici venduti: Cartelle, zaini, astucci
- Prodotti merceologici venduti: Testi scolastici

- Prodotti merceologici venduti: Articoli da regalo, gadgets, poster, cartoline, album per foto, giochi da tavolo
- Prodotti merceologici venduti: Libri, manuali e guide turistiche
- Prodotti merceologici venduti: Calcolatrici, macchinari per ufficio e macchine per scrivere
- Prodotti merceologici venduti: Altri articoli e offerta di servizi
- Servizi offerti: Consegna della merce a domicilio
- Servizi offerti: Fotocopie
- Servizi offerti: Invio e/o ricezione fax
- Servizi offerti: Traduzione e/o battitura testi, stampa da dischetti
- Servizi offerti: Ricezione ordine on line (tramite rete telematica)
- Servizi offerti: Assistenza tecnica
- Servizi offerti: Realizzazione timbri e targhe
- Servizi offerti: Rilegatura testi
- Altri dati: Percentuale dei pagamenti effettuati dalla clientela mediante carte di credito o altri sistemi di pagamento POS

Quadro H:

- Modalità di acquisto: Tramite gruppi di acquisto, unioni volontarie e da consorzi, cooperative, affiliante, franchisor
- Modalità di acquisto: Da commercianti all'ingrosso (diretto o tramite intermediari del commercio)
- Modalità organizzativa: Associato a gruppi di acquisto e/o a unione volontaria

- Modalità organizzativa: In franchising o affiliato
- Modalità organizzativa: Indipendente
- Costi e spese specifici: Costi e spese addebitati da gruppi di acquisto, franchisor, affiliante per voci diverse dall'acquisto delle merci
- Costi e spese specifici: Spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza

Quadro I:

- Macchinari per rilegatura (numero)
- Fotocopiatrici (numero)
- Fax (numero)
- Computer (numero)
- Stampanti (numero)
- Scaffali (metri lineari)

ALLEGATO 5

Nota Tecnica e Metodologica

SM21A

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 51.31.0 - Commercio all'ingrosso di frutta e ortaggi (freschi e surgelati).

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM21).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 11.446. I questionari restituiti sono stati 5.815, pari al 50,8% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tale analisi ha comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 2.446 questionari, pari al 42,1% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sul fatturato complessivo superiore al 20%;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B corrispondenti ad unità locali dislocate in comuni differenti;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro H del questionario (modalità organizzativa e di acquisto) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti commercializzati (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative all'area di mercato (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 3.369.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come una *Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di prodotti e servizi venduti, alle varie modalità di acquisto, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare *quattordici* gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- localizzazione all'interno o all'esterno dei mercati generali;
- struttura organizzativa;
- modalità d'acquisto;
- modalità di vendita;
- specializzazione per tipologia di prodotto;

- stagionalità.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Grossisti che operano fuori dai mercati generali, poco strutturati, con acquisti prevalenti all'ingrosso

Numerosità: 309

I soggetti appartenenti a questo cluster, caratterizzati da dimensioni abbastanza ridotte, svolgono l'attività di vendita di prodotti ortofrutticoli freschi fuori dai mercati generali, sfruttando come fonte principale di approvvigionamento il canale dell'ingrosso. La forma giuridica è articolata: il 51% delle imprese opera come ditta individuale, mentre il restante 49% adotta lo schema societario (32% società di persone, 17% società di capitali) con una media di 1-2 soci con occupazione prevalente nell'attività.

Il personale dipendente, laddove presente (42% delle imprese), non raggiunge la media di 2 addetti.

La struttura è di piccole dimensioni: gli spazi destinati a magazzino/deposito della merce sono mediamente di 114 mq, mentre quelli per l'esposizione e la vendita, presenti solo nel 40% delle imprese appartenenti al cluster, sono di circa 74 mq. La portata complessiva dei mezzi di trasporto utilizzati, costituiti prevalentemente da autocarri, è mediamente di 94 quintali.

Il canale di approvvigionamento è principalmente costituito da imprese all'ingrosso (88% degli acquisti in media), in grado di fornire prodotti già pronti (trasformati, confezionati) per essere distribuiti (il 91% delle imprese di

questo modello non destina alcuno spazio per la trasformazione ed il confezionamento dei prodotti).

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (92% dei ricavi in media), è costituita prevalentemente da dettaglianti (in media 58% dei ricavi). Le imprese appartenenti a questo cluster offrono, nel 46% circa dei casi, il servizio di consegna.

Cluster 2 - Stagionali

Numerosità: 179

I soggetti appartenenti a questo cluster commerciano all'ingrosso prodotti ortofrutticoli freschi per un periodo limitato di tempo durante l'arco dell'anno. Quasi per la totalità degli appartenenti al cluster, infatti, il numero di giorni di apertura all'anno non supera i sei mesi. La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (67% dei soggetti) ma è frequente anche la scelta di operare in forma societaria (33% delle imprese). La maggior parte delle imprese, il 54%, non fa uso di personale dipendente.

Per lo svolgimento della propria attività le imprese si servono prevalentemente di magazzini (l'80% circa degli appartenenti al cluster fa uso di spazi destinati a magazzini/depositi che mediamente raggiungono i 211 mq), non avendo, nella maggior parte dei casi (91%), alcuno spazio destinato alla vendita/esposizione della merce. I mezzi di trasporto impiegati hanno portata complessiva in media di 70 quintali.

L'acquisto dei prodotti ortofrutticoli avviene alla produzione (in media 81% degli acquisti) ed in via residuale all'ingrosso (12%). Una parte delle imprese (circa il 40% dei soggetti) prima della distribuzione alla propria clientela, provvede alla trasformazione e al confezionamento dei prodotti (gli spazi che mediamente sono adibiti a tale attività risultano essere di circa 177 mq).

La clientela servita è composta da punti vendita della grande distribuzione e della distribuzione organizzata (35% in media dei ricavi), da altri soggetti economici del settore (24%), che si ipotizzano essere altre aziende all'ingrosso e, in via residuale, da dettaglianti, comunità, società, enti pubblici e privati.

Le modalità di vendita risultano omogeneamente articolate in libero servizio, vendita al banco e tentata vendita.

L'area di mercato di maggiore interesse risulta estesa all'intero territorio nazionale (56% in media dei ricavi).

Cluster 3 - Grossisti che operano all'interno dei mercati generali con acquisti prevalenti alla produzione

Numerosità: 323

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che operano all'interno dei mercati generali e hanno quale principale canale di approvvigionamento le imprese produttrici. L'analisi della distribuzione per natura giuridica segnala una notevole diffusione della forma societaria (70% dei soggetti) e in particolare delle società di persone (49%); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 2 unità.

Il personale dipendente, presente circa nel 60% delle imprese, raggiunge mediamente le 2 unità.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati all'esposizione e alla vendita dei prodotti che coprono in media una superficie di 63 mq. Sensibilmente più ridotti, rispetto alla media del settore, risultano essere gli spazi adibiti a magazzino/deposito che raggiungono in media circa 62 mq. Metà delle imprese di questo modello organizzativo utilizza mezzi di trasporto propri per la movimentazione della merce, che hanno portata complessiva media pari a 90 quintali.

L'acquisto dei prodotti ortofrutticoli avviene fondamentalmente alla produzione (76% in media degli acquisti) ed in via residuale all'ingrosso (10%) e da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (10%). Coerentemente alla localizzazione all'interno dei mercati generali, nonostante gli acquisti siano effettuati presso imprese produttrici, la quasi totalità degli appartenenti al cluster (95%) non destina alcuno spazio per le operazioni di trasformazione e confezionamento dei prodotti.

I dettaglianti (61% dei ricavi in media) rappresentano il principale canale di sbocco per la merce delle imprese del settore, anche se è opportuno segnalare che la clientela servita è composta anche da punti vendita della grande distribuzione e della distribuzione organizzata (15%) e da altri soggetti economici del settore (11%), che si ipotizza possano essere altre aziende all'ingrosso.

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dalla vendita al banco (in media 83% dei ricavi).

L'attività viene svolta all'interno di un'area di mercato essenzialmente regionale (82% dei ricavi in media).

Cluster 4 - Grossisti con presenza di dettaglio

Numerosità: 180

I soggetti appartenenti a questo cluster affiancano all'attività distributiva all'ingrosso, il commercio al dettaglio di prodotti ortofrutticoli. La forma giuridica risulta articolata: il 56% circa delle imprese adotta lo schema societario, mentre il restante 44% opera come ditta individuale.

Il personale dipendente, cui ricorre circa la metà delle imprese del cluster, è costituito mediamente da 2 addetti.

La struttura organizzativa è composta da: spazi destinati al deposito/magazzino della merce di circa 150 mq, aree destinate all'esposizione/vendita dei prodotti mediamente di 57 mq ed uffici, di dimensioni ridotte, che non raggiungono i 10 mq. Le imprese del modello dispongono inoltre di spazi destinati alla vendita al dettaglio la cui superficie è mediamente di circa 55 mq. ed in cui è attivo in media 1 punto cassa. La quasi totalità delle imprese (90%) utilizza mezzi di trasporto propri per la movimentazione della merce che hanno una portata complessiva di circa 100 quintali.

L'acquisto della merce avviene principalmente all'ingrosso (in media 71% degli acquisti) ed in misura sensibilmente minore, direttamente alla produzione (17%) oppure presso gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (9%).

In ragione della distribuzione diretta al consumatore finale, il canale di vendita maggiormente rappresentativo è costituito dai privati (39% dei ricavi in media), pur restando significativi due canali tipici del commercio all'ingrosso: dettaglianti (in media 31% dei ricavi), pubblici esercizi (13%).

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, si rilevano come modalità di vendita prevalenti la vendita al banco (mediamente il 38% dei ricavi) ed il dettaglio (36%).

Con riferimento all'area di mercato, l'attività viene svolta essenzialmente in ambito regionale (in media 93% dei ricavi).

Cluster 5 - Grossisti che operano secondo lo schema della tentata vendita con acquisti prevalenti all'ingrosso

Numerosità: 247

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, di dimensioni contenute, che operano secondo lo schema della tentata vendita ed il cui canale principale di approvvigionamento è costituito da altre imprese all'ingrosso. La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (79%). Il personale dipendente è presente in un numero molto limitato di imprese (circa il 15%), in cui raggiunge mediamente le 2 unità.

Strutturalmente i soggetti del cluster denotano la quasi assenza di spazi destinati alla vendita (ne sono sprovviste più del 90% delle imprese), e le modeste dimensioni delle superfici per il deposito della merce (mediamente di circa 79 mq). Le imprese del modello sfruttano per lo svolgimento della propria attività mezzi di trasporto, costituiti essenzialmente da autocarri (1-2), la cui portata complessiva è di circa 70 quintali.

Il canale di approvvigionamento principale è rappresentato dall'ingrosso (82% in media degli acquisti).

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (il 91% dei ricavi in media), è costituita prevalentemente da dettaglianti (50% dei ricavi) e pubblici esercizi (13%).

La modalità di vendita caratterizzante le imprese del cluster (97% dei ricavi in media) è la tentata vendita.

Cluster 6 - Grossisti di prodotti ortofrutticoli congelati e surgelati

Numerosità: 113

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono quasi esclusivamente (99%) l'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli congelati e surgelati. La struttura giuridica è articolata: si tratta prevalentemente di società (57% dei soggetti), anche se considerevole è la percentuale di ditte individuali (43%). Nell'attività si rileva la presenza di personale dipendente nel 50% delle imprese in cui la media di addetti raggiunge le 3 unità.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati a magazzino/deposito della merce (in media 251 mq). Meno della metà delle imprese (46%) fa uso di spazi per la vendita che raggiungono i 100 mq medi di superficie. I mezzi di trasporto impiegati, prevalentemente autocarri, hanno portata complessiva, in media, di 85 quintali. Per la conservazione dei prodotti, le imprese si servono di celle frigorifere (1-2).

Eterogenee risultano essere le fonti di approvvigionamento dei prodotti: imprese produttrici (in media 44% degli acquisti), cui seguono ingrosso (38%) ed in misura minore gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (14%).

La clientela prevalente è composta da dettaglianti (in media 44% dei ricavi); in minor misura vengono approvvigionati anche punti vendita appartenenti alla grande distribuzione e alla distribuzione organizzata.

Le modalità di vendita risultano articolate principalmente in vendita al banco (mediamente 45% dei ricavi) e libero servizio (21%).

Più di due terzi dei ricavi delle imprese appartenenti al cluster (in media 72%) deriva dall'agire su un'area di mercato essenzialmente regionale.

Cluster 7 - Grossisti che operano fuori dai mercati generali, molto strutturati e con acquisti prevalenti all'ingrosso

Numerosità: 203

I soggetti appartenenti a questo cluster, caratterizzati da dimensioni strutturali consistenti, svolgono l'attività di vendita all'ingrosso fuori dai mercati generali, sfruttando come fonte principale di approvvigionamento il canale dell'ingrosso. L'analisi della distribuzione per natura giuridica segnala una notevole diffusione della forma societaria (82% dei soggetti) e in particolare delle società di persone (56%); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 3 unità.

Il personale impiegato nell'attività è composto mediamente di 4 addetti di cui uno con funzioni di commesso/magazziniere.

La struttura organizzativa è di dimensioni considerevoli: gli spazi destinati a magazzino/deposito della merce sono mediamente di 552 mq, mentre quelli per l'esposizione e la vendita, raggiungono i 177 mq. La portata complessiva dei mezzi di trasporto utilizzati, costituiti prevalentemente da autocarri (4 in media), è di circa 300 quintali.

Il canale di approvvigionamento principale è costituito da imprese all'ingrosso (mediamente 57% degli acquisti), in grado di fornire prodotti (trasformati, confezionati) già pronti per essere distribuiti.

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (l'84% dei ricavi in media), è costituita prevalentemente da dettaglianti (mediamente 60% dei ricavi) ed in misura minore da comunità, società, enti pubblici, enti privati e pubblici esercizi (complessivamente 14%). Le imprese offrono, nel 70% circa dei casi, il servizio di consegna.

Cluster 8 - Grossisti che operano fuori dai mercati generali, molto strutturati e con acquisti prevalenti alla produzione

Numerosità: 165

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese con una struttura organizzativa di notevoli dimensioni che svolgono l'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli freschi fuori dai mercati generali e che utilizzano come principale canale di approvvigionamento le imprese produttrici. La forma giuridica maggiormente utilizzata è quella societaria (70% dei soggetti), con 2 soci con occupazione prevalente nell'attività. Il personale dipendente è costituito in media da 5 addetti.

La struttura organizzativa è composta da ampi spazi destinati a: magazzino/deposito della merce (che in media raggiungono i 566 mq), trasformazione e confezionamento dei prodotti (di circa 373 mq) e ufficio (la cui superficie media è di 24 mq). Coerentemente con l'attività svolta circa il 90% delle imprese non utilizza spazi destinati all'esposizione ed alla vendita. La portata complessiva media dei mezzi di trasporto utilizzati, costituiti prevalentemente da autocarri (circa 2), è di 231 quintali.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene, per la parte più rilevante, direttamente alla produzione (mediamente il 70% degli acquisti), mentre residuale può essere considerato il canale dell'ingrosso, utilizzato essenzialmente per il completamento dell'assortimento. Solitamente i prodotti acquistati necessitano di una fase di trasformazione e confezionamento prima di potere essere immessi sul mercato (il 60% circa delle imprese del settore possiede macchine confezionatrici).

La clientela, servita in un'area di mercato prevalentemente nazionale (65% dei ricavi), è costituita da punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (mediamente 53% dei ricavi) ed in

misura minore da altri soggetti economici del settore (che si ipotizzano essere altre aziende all'ingrosso).

Cluster 9 - Grossisti con collegamento diretto con la clientela

Numerosità: 162

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che si sono organizzate in modo tale da garantire un collegamento diretto con la propria clientela (tramite modem, fax, telefono etc.), alla quale offrono generalmente un servizio di consegna giornaliera della merce. L'analisi della distribuzione per natura giuridica segnala una preminente diffusione della forma societaria (64% dei soggetti) e in particolare delle società di persone (38%). Il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 2 unità.

Il personale dipendente, presente nel 60% delle imprese, raggiunge le 3 unità.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati al deposito dei prodotti, in media di circa 169 mq, e da uffici, la cui superficie raggiunge mediamente i 22 mq. Non essendo effettuata solitamente vendita in sede dei prodotti, gli spazi adibiti ad esposizione/vendita risultano molto ridotti (meno del 20% degli appartenenti al cluster risulta disporne). I mezzi utilizzati per il trasporto della merce, solitamente autocarri (1-2), hanno portata complessiva pari a 75 quintali.

L'acquisto dei prodotti ortofrutticoli avviene all'ingrosso (mediamente 47% degli acquisti), alla produzione (35%) ed in via residuale da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative (10%) e da importatori/concessionari di marche estere (7%).

La clientela è sufficientemente articolata: la parte più rilevante è costituita da punti vendita della grande distribuzione e della distribuzione organizzata (36% in media dei ricavi); si segnalano però anche dettaglianti (18%),

comunità, società, enti pubblici e privati (12%), clientela estera (12%) e pubblici esercizi (7%).

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dalla vendita on line (mediamente 92% dei ricavi).

Sebbene l'area principale di svolgimento dell'attività risulti essere quella regionale (in media 52% dei ricavi), è opportuno segnalare l'estensione della zona di competenza a tutto il territorio nazionale (35%) e, in misura limitata, anche all'estero (13%).

Cluster 10 - Grossisti a libero servizio

Numerosità: 239

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono l'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli adottando la modalità del libero servizio. La struttura giuridica è abbastanza articolata: si tratta di ditte individuali (57% dei soggetti) e società (43%), con 2 soci con occupazione prevalente.

Dato il basso livello di servizio che caratterizza il modello, il 60% circa delle imprese non fa uso di personale dipendente. Il restante 40% impiega mediamente 2 addetti.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati a deposito/magazzino dei prodotti, in media di circa 151 mq, che si ipotizza possano essere sfruttati direttamente dai clienti per la scelta e il prelievo della merce. Molto ridotti risultano essere gli spazi destinati ad ufficio (si rilevano nel 53% dei soggetti con in media 14 mq circa) e alla vendita/esposizione della merce (il 14% degli appartenenti al cluster ne fa uso).

L'acquisto dei prodotti ortofrutticoli avviene per la parte più rilevante presso imprese produttrici (mediamente il 74% degli acquisti), ed in via residuale da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (11%) e all'ingrosso (9%).

La clientela, servita in un'area di mercato prevalentemente regionale (59% in media dei ricavi) è sufficientemente articolata tra dettaglianti, grande distribuzione/distribuzione organizzata e soggetti rientranti nella categoria del catering, ovvero comunità, società, enti pubblici, enti privati e pubblici esercizi.

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dal libero servizio/cash and carry (mediamente 97% dei ricavi).

Cluster 11 - Grossisti che operano fuori dai mercati generali, poco strutturati e con acquisti prevalenti alla produzione

Numerosità: 277

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, con una struttura organizzativa di ridotte dimensioni, che svolgono l'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli freschi fuori dai mercati generali, e che utilizzano come principale canale di approvvigionamento la produzione. La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (60% dei soggetti). Il personale dipendente è presente nel 40% delle imprese del modello e raggiunge mediamente le 2 unità.

La struttura organizzativa è composta essenzialmente da spazi destinati a magazzino/deposito della merce (che in media raggiungono 146 mq) e da piccoli uffici (la cui superficie media non raggiunge gli 8 mq). La maggior parte delle imprese (86%) non destina locali all'esposizione ed alla vendita

della merce. La portata complessiva dei mezzi di trasporto è in media di 75 quintali.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene, per la parte più rilevante, direttamente alla produzione (mediamente il 68% degli acquisti), e per la parte restante all'ingrosso (14%) e presso gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (12%).

La tipologia di clientela principale è costituita dai punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (in media 39% dei ricavi) ma un ruolo di notevole interesse è ricoperto da altri soggetti economici del settore (28%), che si ipotizzano essere altre operatori all'ingrosso.

L'area di mercato cui si estende l'attività dei grossisti di questo modello è prevalentemente regionale (mediamente il 54% dei ricavi).

Cluster 12 - Grossisti che operano secondo lo schema della tentata vendita con acquisti prevalenti alla produzione

Numerosità: 319

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, la cui struttura organizzativa è di dimensioni molto ridotte, che operano secondo lo schema della tentata vendita ed il cui canale principale di approvvigionamento è costituito da imprese produttrici. La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (71%). La maggior parte delle imprese, il 69%, non fa uso di personale dipendente. Per il restante 31% il numero di dipendenti mediamente impiegato è di 2 unità.

La struttura organizzativa è di dimensioni particolarmente ridotte: spazi per l'esposizione e la vendita quasi del tutto assenti (ne sono sprovvisti l'87% delle imprese) e magazzini per il deposito della merce le cui superfici sono mediamente di 70 mq. Le imprese del modello sfruttano per lo svolgimento

della propria attività mezzi di trasporto la cui portata complessiva è di circa 70 quintali.

Gli acquisti vengono effettuati prevalentemente alla produzione (in media l'82% degli acquisti) e soltanto in via residuale da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative e all'ingrosso.

La clientela è pressoché omogeneamente suddivisa tra dettaglianti e grande distribuzione/distribuzione organizzata.

La modalità di vendita caratterizzante le imprese del cluster (mediamente il 98% dei ricavi) è la tentata vendita.

In media due terzi dei ricavi delle imprese appartenenti al cluster (66%) deriva dall'agire su un'area di mercato essenzialmente regionale.

Cluster 13 - Grossisti molto strutturati che operano prevalentemente all'interno dei mercati generali

Numerosità: 156

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che, connotate da una struttura organizzativa di notevoli dimensioni, commerciano all'ingrosso prodotti ortofrutticoli freschi prevalentemente all'interno dei mercati generali. L'analisi della distribuzione per natura giuridica segnala una rilevante diffusione della forma societaria (92% dei soggetti) e in particolare di società a responsabilità limitata (43%); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 2 unità.

Il personale dipendente raggiunge mediamente le 6 unità di cui 1-2 con funzioni di commesso/magazziniere.

La struttura organizzativa è caratterizzata da: ampi spazi destinati all'esposizione ed alla vendita dei prodotti (circa 190 mq), magazzini la cui

superficie media è di 313 mq ed uffici che raggiungono i 42 mq. Mediamente vengono utilizzati mezzi di trasporto (prevalentemente si tratta di autocarri), la cui portata complessiva è circa di 120 quintali.

L'acquisto dei prodotti, suddiviso pressoché omogeneamente tra ingrosso (in media 39% degli acquisti) e produzione (36%), è effettuato anche da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative (16%) e da importatori/concessionari di marche estere (8%).

La clientela è principalmente composta da dettaglianti (mediamente 55% dei ricavi) e in misura minore da punti vendita della grande distribuzione e della distribuzione organizzata (21%).

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dalla vendita al banco (62% dei ricavi in media).

L'attività viene svolta all'interno di un'area di mercato essenzialmente regionale (mediamente l'80% dei ricavi).

Cluster 14 - Grossisti che operano all'interno dei mercati generali con acquisti prevalenti all'ingrosso

Numerosità: 449

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che operano prevalentemente all'interno dei mercati generali e che sfruttano per la fase dell'approvvigionamento principalmente il canale dell'ingrosso. Le imprese adottano, nella maggior parte dei casi, lo schema societario (71%) e in particolare quello proprio delle società di persone (53%); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 2 unità.

Due terzi degli appartenenti al cluster fa uso di personale dipendente composto in media da 2 addetti.

La struttura organizzativa è formata prevalentemente da spazi destinati all'esposizione e alla vendita dei prodotti (circa di 60 mq). Coerentemente con le caratteristiche derivanti dalla localizzazione all'interno dei mercati generali, più ridotti, rispetto alla media del settore risultano essere gli spazi adibiti a magazzino/deposito che raggiungono i 68 mq in media. Circa la metà delle imprese di questo modello utilizza mezzi di trasporto propri per la movimentazione della merce con una portata complessiva media di circa 80 quintali.

L'acquisto dei prodotti ortofrutticoli avviene fondamentalmente all'ingrosso (74% degli acquisti in media) ed in via residuale alla produzione e da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative.

Il principale canale di sbocco servito dalle imprese del modello, all'interno di un'area di mercato essenzialmente regionale (mediamente il 92% dei ricavi deriva dall'agire in tale ambito), è rappresentato dai dettaglianti (in media 73% dei ricavi).

Funzionalmente alla struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dalla vendita al banco (88% in media dei ricavi).

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta

all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

- produttività per addetto = ricavi/(numero addetti[4]*1.000)

  dove:

  - numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa +

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

- numero addetti (società) = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

- ricarico = ricavi/costo del venduto;

dove:

- costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

- durata delle scorte = (giacenza media /costo del venduto)*365.

dove:

- giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per la produttività per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 8;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 9;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 10;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 11;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 12;

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 13;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 14.

Per il ricarico sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 8;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 9;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 10;

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 11;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 12;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 13;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 14.

Per la durata delle scorte sono stati scelti i seguenti intervalli:

- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 1;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 2;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 3;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 4;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 5;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 6;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 7;
- fino all'estremo superiore del 15° ventile, per il cluster 8;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 9;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 10;
- fino all'estremo superiore del 16° ventile, per il cluster 11;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 12;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 13;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 14.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della "funzione di ricavo" si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività. A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio territoriale specifico per il settore del commercio a livello provinciale[5] che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione del commercio;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- grado di sviluppo socio-economico.

Nella definizione della funzione di ricavo le aree territoriali sono state rappresentate con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con la variabile "costo del venduto". Tali variabili hanno prodotto,

[5] I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

ove la differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile "costo del venduto".

Nell'allegato 5.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle "funzioni di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'Analisi Discriminante[6];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 5.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentra totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo

[6] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 5.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

SM21A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,0497	1,0521	1,0540	1,0927	1,0764
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	5.417,2026	2.036,1159	2.980,9856	3.404,4697	2.815,2335
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7000	1,0564	0,7698	0,5349	0,8165
Valore dei beni strumentali	0,1790	0,2492	0,2310	0,1252	0,2922
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,8236	0,7358	0,6060	0,7154	0,5272
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.748,2805	-	19.579,7178	22.915,4899	-
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	17.354,5002	-	19.318,7411	23.345,3807	-

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-	-0,0100	-0,0348	-0,0288
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-0,0100	-0,0348	-0,0288
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	-	-	-	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-0,0199	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

SM21A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Costo del venduto	1,0458	1,0466	1,0698	1,0274	1,0030
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2.678,2989	6.779,3943	12.401,1649	4.221,2484	7.017,2631
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,0439	0,9417	0,9380	0,9664	0,9466
Valore dei beni strumentali	0,2125	0,1695	0,1154	0,2654	0,1741
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6597	0,8450	1,0346	1,0343	1,1255
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	22.939,8375	-	-	27.878,7499	20.017,8048
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	23.505,5094	-	-	29.634,9084	20.144,3359

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-	-	-	-
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-	-	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	0,0148	-	0,0421	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

ALLEGATO 5.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa

Quadro B:

- Mq locali destinati a deposito/magazzino
- Mq locali per la vendita e l'esposizione della merce
- Mq locali destinati alla trasformazione e confezionamento di prodotti
- Mq locali destinati ad uffici
- Localizzazione: autonoma
- Localizzazione: in mercati generali
- Numero giorni di apertura nell'anno
- Apertura stagionale: inferiore a sei mesi

Quadro D:

- Autoveicoli per trasporto promiscuo (Portata in q.li)
- Autocarri (Portata in q.li)
- Motoveicoli per trasporto promiscuo (Portata in q.li)

- Motocarri (Portata in q.li)

Quadro G:

- Tipologia di vendita: Ingrosso a libero servizio (cash & carry)
- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco
- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita "on line"
- Tipologia di vendita: Tentata vendita giornaliera
- Tipologia di vendita: Dettaglio
- Prodotti commercializzati: Congelati e surgelati - Frutta e ortaggi
- Tipologia di clientela: Dettaglianti
- Tipologia di clientela: Grande distribuzione e distribuzione organizzata
- Tipologia di clientela: Privati
- Altri dati: Licenza per vendita al dettaglio
- Altri dati: Mq locali per la vendita al dettaglio
- Area di mercato: Nazionale
- Area di mercato: Estero

Quadro H:

- Modalità d'acquisto: Imprese produttrici nazionali
- Modalità d'acquisto: Da imprese all'ingrosso
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti monomandatari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti plurimandatari (numero)

- Addetti all'attività di vendita: Procacciatori d'affari ed altri intermediari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Altri (numero)
- Costi e spese specifici: Costi e spese per deposito e custodia presso terzi

Quadro I:

- Macchine confezionatrici (numero)
- Celle frigorifere (capacità in m^3)
- Celle refrigeranti (capacità in m^3)

ALLEGATO 6

Nota Tecnica e Metodologica

SM21B

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ISTAT:

- 51.34.1 - Commercio all'ingrosso di bevande alcoliche;
- 51.34.2 - Commercio all'ingrosso di altre bevande.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM21).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 5.534, di cui 2.676 relativi al codice 51.34.1 e 2.858 relativi al codice 51.34.2. I questionari restituiti sono stati 3.116 (rispettivamente 1.610 e 1.506 per i due codici), pari al 56,3% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tale analisi ha comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 1.069 questionari, pari al 34,3% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sul fatturato complessivo superiore al 20%;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B corrispondenti ad unità locali dislocate in comuni differenti;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro H del questionario (modalità organizzativa e di acquisto) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti commercializzati (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative all'area di mercato (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;

- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 2.047.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come una *Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.
[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di prodotti e servizi venduti, alle varie modalità di acquisto, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare *sette* gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- struttura organizzativa;
- modalità di vendita;
- modalità di acquisto.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Grossisti di grandi dimensioni

Numerosità: 241

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese con una struttura organizzativa di notevoli dimensioni. La forma giuridica maggiormente utilizzata è quella societaria (89% dei soggetti), con in media 2 soci con occupazione prevalente nell'attività. Il personale dipendente è costituito mediamente da 5 addetti, di cui 1 con funzioni di commesso/magazziniere.

La struttura organizzativa è composta da ampi spazi destinati a magazzino/deposito della merce (che in media raggiungono i 930 mq), e ufficio (la cui superficie media è di 66 mq). Rilevanti, inoltre, risultano essere gli spazi destinati al carico e scarico della merce (in media di 322 mq) e alla sosta dei veicoli (590 mq circa). La portata complessiva media dei mezzi di trasporto utilizzati per la movimentazione della merce, costituiti prevalentemente da autocarri (circa 4), è di 196 quintali.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene, per la parte più rilevante, direttamente alla produzione (mediamente il 66% degli acquisti) e per il resto presso grossisti, gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, importatori e concessionari di marche estere.

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (92% dei ricavi), è costituita, per la parte più rilevante, da pubblici esercizi (mediamente 56% dei ricavi) ed in misura minore da dettaglianti (18%) e da privati (13%).

La modalità di vendita prevalente è rappresentata dalla vendita al banco (mediamente 51% dei ricavi). Inoltre, una parte dei ricavi (17%) deriva dalla vendita di bevande direttamente ai consumatori finali, per raggiungere i quali le imprese del modello si servono di spazi opportunamente destinati a questo tipo di distribuzione (circa due terzi degli appartenenti al cluster adibiscono, all'interno delle proprie strutture, specifiche superfici, in media di 93 mq, per la vendita al dettaglio).

Cluster 2 - Grossisti tradizionali con rivendita in sede della merce (vendita al banco)

Numerosità: 366

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, mediamente strutturate, che adottano come modalità distributiva la vendita al banco. La forma giuridica più diffusa è quella societaria (62% dei soggetti), con in media 1 socio con occupazione prevalente nell'attività. Il personale dipendente, presente in poco più della metà delle imprese del modello, è costituito mediamente da 2 addetti.

La struttura organizzativa è composta essenzialmente da spazi destinati a magazzino/deposito della merce (che in media raggiungono i 300 mq) e da uffici (la cui superficie media è di 20 mq).

Per la movimentazione della merce vengono utilizzati mezzi di trasporto, prevalentemente autocarri (in media 2), la cui portata complessiva è circa di 60 quintali.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene, per la parte più rilevante, direttamente alla produzione (mediamente il 68% degli acquisti) ed in via residuale presso grossisti (15%), gruppi d'acquisto, unioni volontarie,

consorzi, cooperative (8%) e importatori, concessionari di marche estere (8%).

La clientela è costituita, per la parte più rilevante, da pubblici esercizi (in media 48% dei ricavi) ed in misura minore da dettaglianti (19%).

La modalità di vendita caratterizzante le imprese del modello è la vendita al banco (mediamente 93% dei ricavi).

Cluster 3 - Grossisti a libero servizio

Numerosità: 241

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese organizzate secondo la modalità di vendita del libero servizio. L'analisi della distribuzione della natura giuridica evidenzia una prevalente diffusione della forma societaria (61%), con in media 1 socio con occupazione prevalente nell'attività.

Dato il basso livello di servizio che caratterizza il modello, più della metà delle imprese non fa uso di personale dipendente, che, nella restante parte di imprese, raggiunge i 2 addetti.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati a deposito/magazzino dei prodotti (in media di circa 311 mq), in cui si ipotizza che la clientela possa scegliere e prelevare direttamente la merce. Ridotti risultano essere gli spazi destinati ad ufficio (in media di 19 mq).

La fonte di approvvigionamento utilizzata principalmente è costituita dalle imprese produttrici (in media 72% degli acquisti), mentre possono essere considerati residuali i canali dell'ingrosso (14%) e dei gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (8%).

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (85% in media dei ricavi) è suddivisa tra pubblici esercizi (42%) e dettaglianti (29%).

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dal libero servizio/cash and carry (mediamente 83% dei ricavi).

Cluster 4 - Grossisti che operano secondo lo schema della tentata vendita

Numerosità: 307

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, di dimensioni ridotte, che operano secondo lo schema della tentata vendita. L'analisi per natura giuridica evidenzia una equidistribuzione tra ditte individuali e società (di cui la maggior parte società di persone). La maggior parte delle imprese, il 60%, non fa uso di personale dipendente. Per le rimanenti realtà, il numero di addetti mediamente impiegato è di 2 unità.

La struttura organizzativa è di dimensioni ridotte: spazi per l'esposizione e la vendita quasi del tutto assenti (ne sono sprovvisti il 91% delle imprese) e magazzini per il deposito della merce le cui superfici sono mediamente di 248 mq. Le imprese del modello sfruttano per lo svolgimento della propria attività mezzi di trasporto, prevalentemente autocarri (in media 2) la cui portata complessiva è di circa 62 quintali.

Gli acquisti vengono effettuati principalmente alla produzione (in media il 74% degli acquisti) e soltanto in via residuale da imprese all'ingrosso.

La parte più rilevante della clientela è costituita da pubblici esercizi (49% dei ricavi in media) e dettaglianti (28%).

La modalità di vendita caratterizzante le imprese del cluster (mediamente il 91% dei ricavi) è la tentata vendita.

La quasi totalità dei ricavi delle imprese appartenenti al cluster (96%) deriva dall'agire su un'area di mercato essenzialmente regionale.

Cluster 5 - Grossisti con collegamento diretto con la clientela

Numerosità: 144

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese organizzate in modo tale da garantire un collegamento diretto con la propria clientela (tramite modem, fax, telefono etc.), alla quale offrono un servizio di consegna della merce.

Le imprese adottano nella maggior parte dei casi, lo schema societario (65%), con un numero di 1 o 2 soci con occupazione prevalente nell'impresa. Il personale dipendente, rilevato nel 60% delle imprese, raggiunge le 3 unità.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati a deposito/magazzino, in media di circa 366 mq, e da uffici, la cui superficie raggiunge mediamente i 22 mq. Non essendo effettuata solitamente vendita in sede dei prodotti, gli spazi adibiti ad esposizione/vendita risultano molto ridotti (soltanto il 10% degli appartenenti al cluster risulta disporne). I mezzi utilizzati per il trasporto della merce, solitamente autocarri (circa 2), hanno portata complessiva pari a 82 quintali.

L'acquisto dei prodotti avviene principalmente alla produzione (mediamente 72% degli acquisti) e in via residuale presso altre imprese all'ingrosso (14%).

La clientela è costituita prevalentemente da pubblici esercizi (55% in media dei ricavi), anche se vengono approvvigionati dettaglianti (17%) e privati (il 32% degli appartenenti al cluster possiede anche licenza per vendita al dettaglio).

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dalla vendita on line (mediamente 80% dei ricavi).

L'area di svolgimento dell'attività risulta limitata alla regione (soltanto il 12% dei ricavi deriva dalla vendita sull'intero territorio nazionale).

Cluster 6 - Grossisti con rilevante presenza di dettaglio

Numerosità: 365

I soggetti appartenenti a questo cluster, connotati da una struttura di ridotte dimensioni, ricavano una quota rilevante del proprio fatturato dal commercio al dettaglio di bevande. La forma giuridica risulta articolata: il 52% delle imprese adotta lo schema societario (in queste imprese la media dei soci con occupazione prevalente è circa pari a 2), mentre il restante 48% opera come ditta individuale.

Il personale dipendente, presente quasi nel 40% delle imprese del cluster, è costituito mediamente da 1-2 addetti.

La struttura organizzativa è composta da spazi destinati al deposito/magazzino della merce di circa 270 mq e da uffici, di dimensioni ridotte, che raggiungono mediamente 12 mq. Alla vendita al dettaglio sono riservati appositi spazi, la cui superficie media è di circa 40 mq al cui interno è attivo mediamente 1 punto cassa. Per la movimentazione della merce vengono utilizzati mezzi di trasporto la cui portata complessiva è in media di 55 quintali.

L'acquisto della merce avviene prevalentemente alla produzione (in media 72% degli acquisti) ed in misura sensibilmente minore, presso altre imprese all'ingrosso (18%) oppure presso gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (7%).

In ragione della distribuzione diretta al consumatore finale, il canale di vendita maggiormente rappresentativo è costituito dai privati (41% dei ricavi in media), pur restando significativi due canali tipici del commercio all'ingrosso: pubblici esercizi (in media 39% dei ricavi), dettaglianti (12%).

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, si rilevano come modalità di vendita prevalenti il dettaglio (che incide sui ricavi mediamente circa per il 50%) e la vendita al banco (30%).

L'attività viene svolta essenzialmente in ambito regionale (in media 93% dei ricavi).

Cluster 7 - Grossisti poco strutturati con acquisti prevalenti all'ingrosso

Numerosità: 293

Il cluster è costituito da imprese, caratterizzate da una struttura organizzativa molto ridotta, che utilizzano per la fase dell'approvvigionamento principalmente il canale dell'ingrosso. La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (64% dei soggetti) ma è frequente anche la scelta di operare in forma societaria (36% delle imprese). La maggior parte delle imprese, il 74%, non fa uso di personale dipendente; lì dove presenti, comunque, gli addetti non raggiungono in media le 2 unità.

La struttura organizzativa è di dimensioni particolarmente ridotte, caratterizzata da spazi destinati a magazzino/deposito della merce in media di 175 mq e piccoli uffici la cui superficie non raggiunge i 10 mq. Le imprese di questo modello utilizzano mezzi di trasporto propri per la movimentazione della merce con una portata complessiva media di circa 53 quintali.

Il canale d'acquisto della merce caratterizzante le realtà del modello è costituito da altre imprese all'ingrosso (90% degli acquisti in media).

La clientela, servita all'interno di un'area di mercato essenzialmente regionale (mediamente il 93% dei ricavi deriva dall'agire in tale ambito), è costituita da pubblici esercizi (43% dei ricavi in media) e dai dettaglianti (28%).

Le modalità di vendita risultano articolate in tentata vendita, vendita al banco, libero servizio e dettaglio.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

- produttività per addetto = ricavi/(numero addetti[4]*1.000)

---

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

dove:

- numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- numero addetti (società) = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

– ricarico = ricavi/costo del venduto;

dove:

- costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

– durata delle scorte = (giacenza media /costo del venduto)*365.

dove:

- giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per la produttività per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7.

Per il ricarico sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7.

Per la durata delle scorte sono stati scelti i seguenti intervalli:

- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 1;
- fino all'estremo superiore del 16° ventile, per il cluster 2;
- fino all'estremo superiore del 16° ventile, per il cluster 3;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 4;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 5;
- fino all'estremo superiore del 15° ventile, per il cluster 6;
- fino all'estremo superiore del 16° ventile, per il cluster 7.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La

scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della "funzione di ricavo" si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività. A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio territoriale specifico per il settore del commercio a livello provinciale[5] che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione del commercio;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- grado di sviluppo socio-economico.

Nella definizione della funzione di ricavo le aree territoriali sono state rappresentate con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con la variabile "costo del venduto". Tali variabili hanno prodotto, ove la differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile "costo del venduto".

---

[5] I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

Nell'allegato 6.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle "funzioni di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'Analisi Discriminante[6];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 6.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentra totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

---

[6] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 6.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

SM21B

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,1073	1,0711	1,1035	1,0774	1,1439
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	-	4.314,0351	2.865,1014	3.888,8111	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9149	1,1981	0,6933	0,8720	0,8875
Valore dei beni strumentali	0,2246	0,2411	0,1271	0,2070	0,2041
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,9779	0,9917	0,8513	0,9927	0,6131
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	31.075,4252	25.198,2322	22.228,8199	19.587,1442	19.777,8392
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	31.075,4252	30.925,2362	29.990,3084	21.092,5725	19.777,8392

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-0,0391	-	-0,0229	-0,0338
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-0,0391	-	-0,0229	-0,0338
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	-	0,0475	-	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

SM21B

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Costo del venduto	1,0687	1,0879
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	3.038,4762	2.389,5693
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,1664	1,0117
Valore dei beni strumentali	0,1894	0,1934
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7953	0,9152
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.902,0478	16.872,4005
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	17.338,3716	19.652,6788

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	CLUSTER 6	CLUSTER 7
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-0,0206
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-0,0206
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	0,0206	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

ALLEGATO 6.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine
- Numero dei collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Numero degli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Numero degli amministratori non soci

Quadro B:

- Mq locali per la vendita e l'esposizione della merce
- Mq locali destinati a deposito/magazzino
- Mq locali destinati alla trasformazione e confezionamento di prodotti
- Mq locali destinati ad uffici

Quadro D:

- Autoveicoli per trasporto promiscuo (Portata in q.li)
- Autocarri (Portata in q.li)
- Motoveicoli per trasporto promiscuo (Portata in q.li)

- Motocarri (Portata in q.li)
- Spese per servizi integrativi o sostitutivi dei mezzi propri

Quadro G:

- Tipologia di vendita: Ingrosso a libero servizio (cash & carry)
- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco
- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita "on line"
- Tipologia di vendita: Tentata vendita giornaliera
- Tipologia di vendita: Dettaglio
- Tipologia di clientela: Dettaglianti
- Tipologia di clientela: Grande distribuzione e distribuzione organizzata
- Tipologia di clientela: Privati
- Altri dati: Licenza per vendita al dettaglio
- Altri dati: Mq locali per la vendita al dettaglio
- Area di mercato: Nazionale

Quadro H:

- Modalità d'acquisto: Imprese produttrici nazionali
- Modalità d'acquisto: Da imprese all'ingrosso
- Modalità d'acquisto: Da importatori/concessionari di marche estere
- Modalità organizzativa di vendita: Associato ad unione volontaria e/o gruppo d'acquisto
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti monomandatari (numero)

- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti plurimandatari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Procacciatori d'affari ed altri intermediari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Altri (numero)
- Costi e spese specifici: Costi per provvigioni di vendita e rimborsi spese corrisposti
- Costi e spese specifici: Spese per aggiornamento professionale
- Costi e spese specifici: Costi e spese addebitati da gruppi d'acquisto, franchisor, affiliante per voci diverse dall'acquisto delle merci

Quadro I:

- Mezzi di movimentazione merci (muletti) (numero)

ALLEGATO 7

Nota Tecnica e Metodologica

SM21C

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ISTAT:

- 51.39.1 - Commercio all'ingrosso di prodotti della pesca freschi;
- 51.39.2 - Commercio all'ingrosso di prodotti della pesca congelati, surgelati, conservati, secchi.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM21).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 2.237, di cui 1.420 relativi al codice 51.39.1 e 817 relativi al codice 51.39.2. I questionari restituiti sono stati 1.051 (rispettivamente 641 e 410 per i due codici), pari al 47% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tale analisi ha comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 379 questionari, pari al 36,1% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sul fatturato complessivo superiore al 20%;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B corrispondenti ad unità locali dislocate in comuni differenti;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro H del questionario (modalità organizzativa e di acquisto) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti commercializzati (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative all'area di mercato (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);

- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 672.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come una *Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di prodotti e servizi venduti, alle varie modalità di acquisto, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare *sei* gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- struttura organizzativa;
- modalità di vendita;

- prodotti venduti;
- localizzazione.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Grossisti tradizionali di medie dimensioni che operano al di fuori di strutture organizzate

Numerosità: 118

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono l'attività di vendita di prodotti ittici, prevalentemente freschi, fuori dai mercati generali e da altre strutture organizzate (centri/parchi commerciali). Per quanto riguarda la forma giuridica, il cluster si divide quasi equamente fra società di persone, di capitali e ditte individuali.

Il numero degli addetti impiegati nell'attività è di circa 2-3 unità: l'imprenditore è talvolta coadiuvato da un collaboratore familiare o da un socio e da personale dipendente (presente nel 60% dei casi con in media due unità).

La struttura è di medio-piccole dimensioni: gli spazi destinati a magazzino/deposito della merce sono mediamente di 60 mq, mentre quelli per l'esposizione e la vendita sono di circa 18 mq. I mezzi di trasporto sono costituiti in genere da 2-3 autocarri.

La merce trattata è costituita essenzialmente da prodotti della pesca freschi (78%), che vengono acquistati principalmente da imprese all'ingrosso (56%) ma anche da imprese produttrici (19%) e gruppi d'acquisto /consorzi (14%).

L'area di mercato servita è prevalentemente (71%) quella regionale, anche se un numero non indifferente di aziende ha un ambito d'azione più ampio: nazionale ed, in misura minore, estero.

La clientela, è costituita prevalentemente da dettaglianti (in media 49% dei ricavi), e, in misura minore, da grande distribuzione (16%) e pubblici esercizi (14%).

La modalità operativa è normalmente quella più tradizionale di vendita al banco (nel 63% degli operatori), ma alcuni operano nelle forme di ingrosso a libero servizio o di vendita on line (via telefono, modem e fax).

Cluster 2 - Grossisti che operano secondo lo schema della tentata vendita

Numerosità: 104

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese di dimensioni contenute che operano secondo la modalità della tentata vendita (87% dei ricavi in media).

Queste aziende sono in genere specializzate nei prodotti della pesca freschi, che costituiscono mediamente l'80% dei ricavi.

La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (51%), mentre le società di persone sono il 34%. Il personale dipendente è presente in un numero limitato di imprese (circa il 34%), in cui raggiunge mediamente le 2 unità.

Per quanto riguarda le strutture utilizzate, gli spazi destinati alla vendita sono presenti solo nell'11% dei casi; limitate sono anche le superfici destinate a deposito della merce (mediamente circa 40 mq). Le imprese del modello sfruttano per lo svolgimento della propria attività mezzi di trasporto, costituiti essenzialmente da autocarri (in media 2), la cui portata complessiva è di circa

5,5 tonnellate. Si tratta normalmente, di veicoli commerciali leggeri coibentati.

Il canale di approvvigionamento principale è rappresentato dall'ingrosso (52% in media degli acquisti), anche se assume una certa importanza l'acquisto tramite aste (17%).

La clientela, servita in un'area di mercato prevalentemente regionale (il 75% dei ricavi in media), è costituita prevalentemente da dettaglianti (37% dei ricavi) e pubblici esercizi (33%).

Cluster 3 - Grossisti medio-piccoli specializzati nel pesce surgelato e conservato

Numerosità: 118

I soggetti appartenenti a questo cluster si caratterizzano principalmente per l'assenza o la marginalità nel loro assortimento di prodotti della pesca freschi, lasciando spazio a prodotti ittici congelati / surgelati e conservati (in media 84% dei ricavi).

Circa il 47% degli appartenenti al cluster è organizzato in forma di ditta individuale, mentre le società di persone sono il 33%. La presenza di personale dipendente è limitata al 34% delle imprese del cluster in cui raggiunge mediamente il valore di una unità.

Le strutture sono di dimensioni limitate, e sono costituite essenzialmente da spazi destinati a deposito / magazzino (67 mq); ancora più limitate le superfici destinate alla vendita.

I mezzi di trasporto impiegati si limitano in genere ad un autocarro.

Le fonti di approvvigionamento dei prodotti sono principalmente altri grossisti (54%) e importatori (30%).

La clientela servita è costituita prevalentemente da dettaglianti (37%) e pubblici esercizi (37%).

L'area di mercato servita è fondamentalmente (90%) quella regionale.

Cluster 4 - Grossisti che operano all'interno di strutture organizzate (mercati generali e centri commerciali)

Numerosità: 108

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che operano prevalentemente all'interno di strutture organizzate: mercati generali (78%), centri e parchi commerciali. Dal punto di vista della forma giuridica, le imprese appartenenti a questo cluster si dividono quasi equamente fra ditte individuali, società di persone e società di capitali.

Il personale dipendente è presente in circa i 2/3 degli appartenenti al cluster, ove raggiunge il valore di 2-3 unità.

Le strutture utilizzate sono relativamente scarne, e vertono essenzialmente su spazi di vendita / esposizione (25 mq) con un magazzino limitato (39 mq), coerentemente con le caratteristiche derivanti dalla localizzazione all'interno dei mercati generali.

Coerentemente con il modello organizzativo, solo un numero limitato di operatori offre il servizio di consegna alla clientela.

L'offerta degli operatori appartenenti al cluster è essenzialmente costituita da prodotti ittici freschi (80% dei ricavi in media).

Circa il 70% delle imprese di questo modello utilizza mezzi di trasporto propri per la movimentazione della merce con una portata complessiva media di circa 7 tonnellate.

L'acquisto dei prodotti ittici avviene principalmente all'ingrosso (51% degli acquisti in media), con una certa incidenza degli acquisti da produttori (17%) e tramite aste (14%).

Il principale canale servito dalle imprese del modello, all'interno di un'area di mercato essenzialmente regionale (mediamente il 90% dei ricavi deriva dall'agire in tale ambito), è rappresentato dai dettaglianti (in media 61% dei ricavi).

Cluster 5 - Grossisti dotati di grandi strutture

Numerosità: 79

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese con una struttura organizzativa di notevoli dimensioni che svolgono l'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ittici fuori dai mercati generali e da altre strutture organizzate (centri/parchi commerciali).

La forma giuridica maggiormente utilizzata è la società di persone (52%), ma sono diffuse anche le società di capitali (46%). Il personale dipendente è costituito in media da 5 addetti, a cui si aggiungono generalmente 2 soci. Fra gli addetti vi sono mediamente 1-2 commessi/magazzinieri. La struttura organizzativa della rete di vendita è inoltre integrata dalla presenza sul territorio di 1-2 agenti/rappresentanti.

Le strutture sono composte da ampi spazi destinati a: magazzino/deposito della merce (che in media raggiungono i 280 mq), trasformazione e confezionamento dei prodotti (di circa 45 mq), ufficio (la cui superficie media è di 48 mq) e vendita / esposizione (50 mq). Ampi sono anche gli spazi di sosta (295 mq) e carico/scarico (115 mq).

La portata complessiva media dei mezzi di trasporto utilizzati, costituiti prevalentemente da autocarri (circa 3), è di 14 tonnellate.

I prodotti trattati vertono prevalentemente sul congelato/surgelato (50%), in misura minore su prodotti ittici freschi (22%) e conservati (10%) cui talvolta si affiancano altri prodotti alimentari.

L'approvvigionamento dei prodotti può avvenire all'ingrosso (43%), alla produzione (27%) o da importatori (24%).

La clientela, servita in un'area di mercato prevalentemente regionale (83%), è costituita per la maggior parte da dettaglianti (37%), pubblici esercizi (24%) e grande distribuzione (20%).

Particolarmente diffuso (81%) il servizio di consegna alla clientela.

Cluster 6 - Grossisti con dettaglio

Numerosità: 108

I soggetti appartenenti a questo cluster affiancano all'attività distributiva all'ingrosso una consistente quota di commercio al dettaglio di prodotti ittici.

La forma giuridica risulta articolata: il 39% circa delle imprese opera come ditta individuale, il 33% è organizzato come società di persone ed il 28% come società di capitali.

Il personale dipendente, presente nel 59% delle imprese, è costituito mediamente da 2 addetti.

La struttura organizzativa è tendenzialmente in linea con la media del settore, essendo composta da: spazi destinati al deposito/magazzino della merce di 76 mq, aree destinate all'esposizione/vendita dei prodotti mediamente di 36 mq ed uffici di 12 mq.

Le imprese del modello dispongono inoltre di spazi destinati alla vendita al dettaglio la cui superficie è mediamente di circa 43 mq ed in cui è attivo (in media) 1 punto cassa. La maggior parte delle imprese (90%) utilizza mezzi di

trasporto propri per la movimentazione della merce, con una portata complessiva di circa 5 tonnellate.

L'acquisto della merce avviene principalmente all'ingrosso (in media 67% degli acquisti) ed in misura sensibilmente minore, direttamente alla produzione (13%).

Coerentemente con la struttura del cluster, la clientela si divide essenzialmente fra pubblici esercizi (36%), privati (33%) e dettaglianti (23%).

Le modalità di vendita prevalenti sono la vendita al banco (che rappresenta mediamente il 38% dei ricavi) ed il dettaglio (33%).

Con riferimento all'area di mercato, l'attività viene svolta essenzialmente in ambito regionale (in media 92% dei ricavi).

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

- produttività per addetto = ricavi/(numero addetti[4]*1.000)

  dove:

  - numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
  - numero addetti (società) = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa +

---

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

- ricarico = ricavi/costo del venduto;

  dove:

  - costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

- durata delle scorte = (giacenza media /costo del venduto)*365.

  dove:

  - giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per la produttività per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6.

Per il ricarico sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6.

Per la durata delle scorte sono stati scelti i seguenti intervalli:

- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 1;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 2;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 3;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 4;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 5;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 6.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della "funzione di ricavo" si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività. A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio territoriale specifico per il settore del commercio a livello provinciale[5] che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione del commercio;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- grado di sviluppo socio-economico.

Nella definizione della funzione di ricavo le aree territoriali sono state rappresentate con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con la variabile "costo del venduto". Tali variabili hanno prodotto,

[5] I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

ove la differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile "costo del venduto".

Nell'allegato 7.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle "funzioni di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'Analisi Discriminante[6];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 7.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentra totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo

---

[6] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 7.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

SM21C

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,0696	1,0604	1,0343	1,0568	1,0395
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2.665,1915	2.272,1634	2.547,8858	3.482,0741	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,5111	1,1770	0,9771	1,0007	1,4843
Valore dei beni strumentali	0,1487	0,2207	0,2564	0,1533	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,9396	0,8933	1,2133	0,6740	1,2980
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.131,7739	15.378,6946	20.984,1382	-	39.314,0814
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	12.131,7739	15.378,6946	20.984,1382	-	39.314,0814

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-	-	-0,0241	-
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-	-0,0241	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	-	0,0259	-	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

SM21C

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 6
Costo del venduto	1,0539
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	3.517,5628
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7635
Valore dei beni strumentali	0,1144
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,3567
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.885,2928
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	12.885,2928

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	CLUSTER 6
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

ALLEGATO 7.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine

Quadro B:

- Mq locali destinati a deposito/magazzino
- Mq locali destinati alla trasformazione e confezionamento di prodotti
- Mq locali destinati ad uffici
- Spese sostenute per beni e/o servizi
- Localizzazione: autonoma
- Localizzazione: in mercati generali
- Localizzazione: in centri commerciali all'ingrosso
- Localizzazione: in parchi commerciali

Quadro D:

- Autoveicoli per trasporto promiscuo (Portata in q.li)
- Autocarri (Portata in q.li)
- Motoveicoli per trasporto promiscuo (Portata in q.li)
- Motocarri (Portata in q.li)

Quadro G:

- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco

- Tipologia di vendita: Tentata vendita giornaliera
- Tipologia di vendita: Dettaglio
- Prodotti commercializzati: Prodotti della pesca conservati
- Prodotti commercializzati: Congelati e surgelati – pesce
- Prodotti commercializzati: Freschi - pesce
- Tipologia di clientela: Privati
- Altri dati: Numero accessi refrigerati (senza interruzione della catena del freddo)
- Altri dati: Licenza per vendita al dettaglio
- Altri dati: Mq locali per la vendita al dettaglio
- Altri dati: Capacità di stoccaggio espresse in quintali (sia in silos che in postura)

Quadro H:

- Modalità d'acquisto: Imprese produttrici nazionali
- Modalità d'acquisto: Da importatori/concessionari di marche estere
- Modalità d'acquisto: Tramite aste
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti monomandatari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti plurimandatari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Procacciatori d'affari ed altri intermediari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Altri (numero)

- Costi e spese specifici: Costi e spese per deposito e custodia presso terzi

Quadro I:

- Celle frigorifere (capacità in m^3)
- Celle refrigeranti (capacità in m^3)

ALLEGATO 8

Nota Tecnica e Metodologica

SM25A

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 51.47.6 – Commercio all'ingrosso di giocattoli.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM25).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 531. I questionari restituiti sono stati 233, pari al 43,9% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 87 questionari, pari al 37,3% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- compilazione di più quadri B corrispondenti ad unità locali dislocate in comuni differenti;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro H del questionario (modalità di acquisto) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici venduti (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di acquisto (quadro H del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario;
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 146.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene gli stessi dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di prodotti venduti, alle varie modalità di acquisto, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di una impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare tre gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- dimensione della struttura organizzativa;
- tipologia di vendita.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Esercizi all'ingrosso di piccole dimensioni

Numerosità: 54

Il cluster raggruppa le imprese di piccole dimensioni che impiegano mediamente 1 addetto (di norma il titolare) e, nel caso di società, un socio con attività prevalente, talvolta coadiuvati da un dipendente; gli spazi di vendita e magazzino presentano dimensioni significativamente inferiori alla media di settore, infatti dispongono di circa 75 mq per la vendita e l'esposizione della merce, 95 mq di deposito e magazzino, mentre lo spazio destinato ad uffici non è sempre presente.

Coerentemente con l'aspetto dimensionale, è indicativa all'interno del cluster la presenza di ditte individuali (35%), sono inoltre presenti le società a responsabilità limitata (26%) e le società in nome collettivo (20%).

Le modalità gestionali seguono logiche tradizionali: la quota di acquisti effettuata tramite le ditte produttrici (54%) è nella media generale, mentre il 21% della merce viene acquistata presso altri commercianti all'ingrosso (modalità di acquisto normalmente utilizzata da operatori con capacità di acquisto limitata).

La tipologia di vendita che meglio caratterizza il cluster è quella tradizionale: più della metà dei soggetti rispondenti opera tramite la vendita al banco (o vendita assistita); i rimanenti esercitano l'attività commerciale sul territorio tramite venditori diretti o attraverso un'organizzazione del punto vendita di tipo cash & carry (a libero servizio).

La quasi totalità delle imprese ha un bacino di utenza nazionale. Il 45% dei soggetti effettua il servizio di consegna a domicilio: il 44% dichiara di disporre di un autocarro, mentre solo il 20% sostiene una quantità peraltro limitata di spese per servizi integrativi/sostitutivi all'attività diretta di trasporto.

Le merceologie trattate prevalentemente sono i giochi per l'infanzia (35%), il modellismo (11%), i giochi per adulti e di società (13%) e i giochi elettronici e videogiochi (11%).

Cluster 2 - Esercizi all'ingrosso con vendita al dettaglio

Numerosità: 37

Le imprese appartenenti a questo modello si caratterizzano per l'attività di vendita al dettaglio affiancata a quella di ingrosso. L'integrazione a valle nel canale commerciale consente loro di beneficiare di un ulteriore punto di sbocco sul mercato, sebbene la struttura organizzativa diventi leggermente più complessa rispetto ad un'attività di sola vendita all'ingrosso. Oltre alla licenza per la vendita al dettaglio necessaria allo svolgimento dell'attività, la maggior parte delle imprese dispone infatti di spazi dedicati al dettaglio (circa 100 mq) e di spazi adibiti a parcheggio riservato alla clientela (circa 80 mq), aspetto che trova rafforzamento nella presenza significativa di clientela privata, peculiarità delle imprese in analisi.

Relativamente all'attività di ingrosso, essa è realizzata prevalentemente in modo tradizionale, tramite la vendita al banco (35%).

Le strutture hanno dimensioni medie: il numero di addetti è mediamente 3, gli spazi per la vendita e l'esposizione della merce sono circa 280 mq, mentre i mq adibiti ad ufficio sono in media 20.

La natura giuridica prevalente è la società in accomandita semplice (46%) mentre il 24% dei soggetti è organizzato in società a responsabilità limitata.

L'approvvigionamento viene effettuato attraverso tutti i canali possibili (ad esclusione dell'acquisto da gruppi di acquisto): la maggior parte delle merci proviene da ditte produttrici (45%), la restante parte o da importatori e/o

concessionari di marchi esteri (27%) o da altri commercianti all'ingrosso (25%).

L'attività di vendita viene quasi completamente svolta su un'area di mercato nazionale, la consegna a domicilio è offerta dal 51% dei soggetti ed è realizzata alternativamente tramite autocarri di proprietà o tramite l'affidamento a terzi del trasporto (esiste un numero di imprese –il 32% circa dei rispondenti- che sostiene le spese per l'acquisto di servizi integrativi/sostitutivi di mezzi propri).

Le merceologie prevalentemente trattate sono: giochi per l'infanzia (37%), giochi per adulti (11%), giochi elettronici e videogiochi (8%).

Cluster 3 - Esercizi all'ingrosso di medio-grandi dimensioni

Numerosità: 53

Tale cluster si caratterizza per la dimensione elevata rispetto ai due precedentemente descritti; sia il numero di addetti (mediamente 6), sia i mq destinati ad uffici (circa 70) che i mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce (311) sono decisamente superiori alla media di settore. Sono inoltre elevati gli spazi esterni destinati a deposito e magazzino, quelli per carico e scarico delle merci ed i mq di parcheggio riservato alla clientela, rispettivamente pari a 11 mq, 134 mq e 100 mq.

Per quanto riguarda la natura giuridica delle imprese, sono state rilevate società a responsabilità limitata (49%), società in nome collettivo (19%) e società in accomandita semplice (15%), con presenza media di 2 soci.

La maggior parte degli acquisti (il 65%) viene effettuata presso le ditte produttrici e il 28% proviene da importatori e/o concessionari di marche estere. Tra le merceologie in assortimento risultano prevalenti i giochi per l'infanzia (39%) e il modellismo (17%).

Il 44% delle vendite è realizzato tramite la vendita sul territorio, il 31% tramite la vendita al banco e una piccola parte tramite l'ingrosso a libero servizio (12%). Coerentemente con queste tipologie di vendita sono presenti mediamente 2 banconisti/magazzinieri e 4 agenti/rappresentanti per i quali gli operatori in analisi sostengono un volume di spesa per provvigioni doppio rispetto al valore medio.

Diversamente dagli altri cluster, una parte del bacino di utenza (circa il 10% del fatturato) è sul territorio internazionale. Il servizio di consegna a domicilio è offerto dal 43% dei soggetti che sostengono peraltro elevate spese (il doppio della media generale) per l'acquisto di servizi integrativi/sostitutivi di mezzi propri. Sono inoltre presenti elevate spese di pubblicità e propaganda e per il deposito e custodia della merce.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare

---

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

- produttività per addetto = ricavi/(numero addetti[4]*1.000)

  dove:

  - numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
  - numero addetti (società) = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa +

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

- ricarico = ricavi/costo del venduto;

  dove:

  - costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

- rotazione del magazzino = costo del venduto / giacenza media

  dove:

  - giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state scartate quelle imprese che presentavano valori degli indicatori non economicamente corretti.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che

consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nell'allegato 8.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della "funzione di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- *l'Analisi Discriminante*[5];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 8.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

---

[5] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 8.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

SM25A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3
Costo del venduto	1,1030	1,0818	1,0873
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,0893	0,9411	1,1525
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,7609	1,2176	1,4714

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

ALLEGATO 8.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio
- Numero dei collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero degli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Numero degli amministratori non soci

Quadro B:

- Mq locali per la vendita e l'esposizione della merce
- Mq locali destinati ad uffici
- Licenza per la vendita al dettaglio
- Mq locali per la vendita al dettaglio e per l'esposizione della merce

Quadro G:

- Tipologia di vendita: Dettaglio

ALLEGATO 9

Nota Tecnica e Metodologica

SM26U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ISTAT:

- 51.57.1 - Commercio all'ingrosso di rottami metallici;
- 51.57.2 - Commercio all'ingrosso di sottoprodotti della lavorazione industriale;
- 51.57.3 - Commercio all'ingrosso di altri materiali di recupero non metallici (vetro, carta, cartoni, ecc.).

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM26).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 3780, di cui 2404 relativi al codice 51.57.1, 218 relativi al codice 51.57.2 e 1158 al codice 51.57.3. I

questionari restituiti sono stati 2225 (rispettivamente 1457, 120 e 648 per i tre codici), pari al 58,9% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 474 questionari, pari al 21,3% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- compilazione di più quadri B corrispondenti ad unità locali dislocate in comuni differenti;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro H del questionario (modalità di acquisto) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative ai ricavi conseguiti con la vendita dei materiali trattati (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario;
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 1751.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*[1];
- un procedimento di *Cluster Analysis*[2].

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

---

[1] L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

[2] La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene gli stessi dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di prodotti venduti, alle varie modalità di acquisto, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di una impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare sette gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- dimensione della struttura organizzativa;
- servizi offerti ai produttori di materiali e agli acquirenti;
- specializzazione per tipologia di materiale.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Grossisti di grandi dimensioni, con gamma di servizi limitata

Numerosità: 118

I soggetti appartenenti a questo gruppo si caratterizzano per la elevata dimensione degli spazi all'aperto, nonché dei locali destinati a deposito e trattamento dei materiali. Ciò risulta legato in particolar modo alla tipologia di materiali trattati dagli appartenenti al cluster (il 53% delle imprese dichiara di trattare rottami di veicoli a motore e rimorchi).

Nel cluster sono ben rappresentate le principali forme giuridiche: il 39% opera come ditta individuale, il 37% come società di persone ed il restante 24% è costituito da società di capitali. Il personale dipendente è in media di 2,5 addetti.

La struttura di grandi dimensioni, presenta in media 4.218 mq di spazi all'aperto e 965 mq di locali deposito. Tra i materiali trattati, oltre ai veicoli a motore, acquistano una certa rilevanza anche i metalli ferrosi (38% dei ricavi in media) che risultano essere tra i prodotti maggiormente commercializzati in tutto il settore. I grossisti di questo cluster presentano una organizzazione nel complesso piuttosto povera dal punto di vista dei servizi offerti sul mercato e delle fasi di trasformazione, evidenziando soltanto una lieve tendenza verso la selezione e cernita (31% dei soggetti) e pressatura (25% dei soggetti) dei materiali.

Il mercato di riferimento è costituito in prevalenza da industria (38% dei ricavi in media) e altra clientela (44%), in questo segmento hanno un peso

rilevante i privati, che si ipotizzano essere, oltre ad altri intermediari, gli acquirenti di ricambi usati presso i grossisti di rottami di veicoli a motore. Un altro mercato di sbocco che presenta però un peso ridotto è quello degli artigiani (17%).

I canali di approvvigionamento per il 42% degli acquisti medi sono rappresentati dai produttori di materiali, i rimanenti si articolano in altri raccoglitori (20% del totale degli acquisti) e altri canali (36%) in cui si ipotizza abbiano un ruolo importante gli acquisti provenienti dalle importazioni.

Cluster 2 - Grossisti che trattano prevalentemente rottami di carta e cartone

Numerosità: 192

I soggetti appartenenti a questo cluster si contraddistinguono in quanto commercializzano prevalentemente rottami e cascami in carta e cartone (80% dei ricavi in media), specializzazione alla quale uniscono una gamma piuttosto ampia di servizi, offerti alla clientela e ai produttori di materiali.

La forma giuridica adottata è per il 47% dei soggetti la ditta individuale, mentre il 39% è rappresentato da società di persone, residuale la quota di società di capitali (14%). Il personale dipendente, nei casi in cui è presente (39% dei soggetti) raggiunge i 2,5 addetti.

La dimensione media complessiva dei locali deposito è di 357 mq, mentre gli spazi all'aperto sono mediamente di 402 mq. Il numero di autocarri a disposizione è di circa 2, con una portata complessiva di 150 q.li

Per quanto riguarda i servizi offerti si evidenzia come il trasporto alla clientela rappresenti l'attività maggiormente svolta (65% dei soggetti) mentre il trasporto per gli acquirenti è effettuato nel 56% dei casi. Il servizio di

svuotamento dei contenitori di rottami, che nel settore è di frequente parte integrante del servizio di raccolta, presenta anch'esso un discreto peso, eseguito dal 57% dei soggetti. Le fasi più tipicamente industriali si riferiscono alla selezione e cernita (con una quota del 46%), pressatura (50%), e imballaggio che nel complesso presenta un peso marginale (34%).

Il mercato di riferimento è rappresentato principalmente dall'industria (68% dei ricavi medi).

Per quanto riguarda i canali di approvvigionamento, l'acquisto diretto dai produttori è il più frequente, costituisce infatti il 58% del totale degli acquisti, la restante quota si articola tra gli altri canali di approvvigionamento.

Cluster 3 - Grossisti di grandi dimensioni, con un'ampia gamma di servizi offerta

Numerosità: 266

I soggetti appartenenti a questo cluster, caratterizzati da grandi dimensioni, presentano un business molto sviluppato nell'offerta di servizi alla clientela ed ai produttori di materiali. La forma giuridica delle imprese è nel 45% dei casi costituita da società di persone, il rimanente dei soggetti si articola come segue: 31% in ditte individuali e 24% in società di capitali. Il numero medio di dipendenti è di circa 3.

Per quanto riguarda la struttura dimensionale l'estensione degli spazi all'aperto è in media di 2.675 mq, i locali deposito hanno una grandezza media di 526 mq. Il numero di autocarri è pari a circa 3 o 4 , con una portata totale pari a 476 q.li medi.

I servizi maggiormente offerti riguardano la raccolta, mediante lo svuotamento dei contenitori, effettuata nell'85% dei casi, il trasporto di materiali ai produttori (90% dei soggetti), e il trasporto agli acquirenti

anch'esso con un peso rilevante (92%). Marginale, rispetto agli altri servizi, ma nel complesso del settore con un peso considerevole, risulta il noleggio dei contenitori per la raccolta dei rottami e cascami effettuato dal 47% dei soggetti. Per quanto concerne la fasi di lavorazione dei prodotti, il cluster è caratterizzato per la rilevanza di alcuni tipi di trattamenti, quali la selezione e la cernita eseguita nel 76% dei casi, la pressatura (57%) ed in misura minore la cesoiatura, effettuata dal 37% degli appartenenti al gruppo in esame.

Tra i materiali trattati, i metalli ferrosi rappresentano una quota dei ricavi pari in media al 62%, rispecchiano le tendenze del complesso del settore, e non costituiscono pertanto una specializzazione di prodotto.

Il mercato di riferimento evidenzia una prevalenza del comparto industria, nei cui confronti i soggetti effettuano in media il 60% dei ricavi, ridotta la quota rappresentata dal segmento degli artigiani (12%).

I canali di approvvigionamento vedono privilegiato l'acquisto diretto dai produttori di materiali (67% degli acquisti in media).

Cluster 4 - Grossisti di piccole dimensioni

Numerosità: 374

I soggetti appartenenti al presente cluster, caratterizzati da dimensioni piccole, hanno un'organizzazione della loro attività specializzata nella prestazione di servizi di raccolta e trasporto nei confronti dei clienti e dei produttori di materiali. La forma giuridica prevalente è la ditta individuale presente nel 70% dei soggetti, seguono le società di persone (25%) e in una quota residuale le società di capitali (5%). Il personale dipendente, laddove presente (20% delle imprese), è pari a circa 1 addetto.

La dimensione dei locali deposito è di 132 mq medi, l'estensione degli spazi all'aperto si attesta intorno a 565 mq. Il numero di autocarri è circa 1, con una portata complessiva di 145 q.li in media.

I servizi in cui le imprese del cluster sono specializzate sono il trasporto ai produttori di materiali, effettuato dal 94% dei soggetti e il trasporto agli acquirenti presente nel 91% delle imprese. Il servizio di svuotamento dei contenitori per la raccolta, fortemente legato al trasporto, risulta nel 65% dei casi, mentre in misura marginale viene eseguita la selezione e cernita dei materiali (43%).

Il mercato di riferimento è rappresentato dall'industria, per il 54% dei ricavi medi, artigiani (22%) e altri clienti (24%).

Il canale di approvvigionamento privilegiato è quello diretto dei produttori di materiali, che costituisce l'82% della media degli acquisti.

I ricavi medi dei materiali trattati provengono principalmente da metalli ferrosi (57%), che sono commercializzati in tutto il settore e non costituiscono pertanto una specializzazione di prodotto.

Cluster 5 - Grossisti di medio piccole dimensioni, despecializzati

Numerosità: 327

I soggetti appartenenti a questo cluster, caratterizzati da dimensioni medio piccole, svolgono un'attività di commercializzazione dei rottami e cascami, senza offrire ulteriori servizi o effettuare particolari fasi di trasformazione dei materiali. La forma giuridica predominante è la ditta individuale, presente nel 68% dei soggetti, mentre le società di persone hanno un peso pari al 22%, il rimanente 10% è costituito da società di capitale. Il personale dipendente, laddove presente (25% dei soggetti) raggiunge 1 o 2 addetti.

La struttura dimensionale è caratterizzata da locali per deposito che hanno in media 202 mq, ed un'estensione degli spazi all'aperto mediamente pari a 699 mq.

I materiali trattati, per il 51% dei ricavi medi, sono rappresentati da metalli ferrosi, e per il 26% da altri materiali.

Il mercato di riferimento vede l'industria e gli artigiani i clienti più rilevanti che determinano rispettivamente il 53% ed il 19% dei ricavi. I canali di approvvigionamento evidenziano come i produttori di materiali siano quello prevalente, con il 56% degli acquisti in media, i rimanenti si articolano tra gli altri raccoglitori (14%) e altri canali (29%).

Cluster 6 - Grossisti di medio piccole dimensioni che trattano prevalentemente rottami in alluminio.

Numerosità: 264

I soggetti appartenenti al presente cluster, caratterizzati da dimensioni medio piccole, si contraddistinguono in quanto commercializzano prevalentemente rottami in alluminio e metalli non ferrosi. In relazione alla loro specializzazione di prodotto questi grossisti hanno una struttura del business orientata a soddisfare la clientela ed i produttori di materiali offrendo una limitata gamma di servizi ed effettuando alcune fasi di trattamento del materiale.

La forma giuridica evidenzia uno squilibrio verso ditte individuali che rappresentano il 74% dei soggetti, la forma di società di persone è adottata nel 18% dei casi mentre l'8% dei soggetti sono società di capitali. Il personale dipendente, laddove presente (20% dei soggetti), raggiunge in media 1 addetto.

La dimensione media complessiva dei locali deposito è di 171 mq, mentre gli spazi all'aperto sono mediamente di 822 mq.

Le imprese del cluster hanno sviluppato una gamma servizi che si concentra soprattutto nella selezione e cernita dei materiali, presente nel 61% dei casi, di rilevanza minore il servizio di trasporto ai produttori e agli acquirenti di materiali, attività alla quale si dedicano rispettivamente il 39% ed il 43% dei soggetti.

Il mercato di riferimento che determina i maggiori ricavi è il segmento altri clienti (67% dei ricavi medi), che si ipotizza essere composto da piattaforme di raccolta dei consorzi di filiera, da altri raccoglitori e da intermediari.

Le modalità di approvvigionamento si articolano tra gli acquisti diretti dai produttori , da altri raccoglitori e da altri canali.

Cluster 7 - Grossisti che trattano prevalentemente cascami tessili

Numerosità: 148

I soggetti appartenenti a questo cluster si distinguono per la forte specializzazione di prodotto, essi infatti commercializzano quasi esclusivamente materiali tessili (82% dei ricavi medi) offrendo una gamma servizi relativamente ridotta. La forma giuridica adottata dal 52% dei soggetti è la ditta individuale, mentre le società di persone rappresentano il 43% del cluster, residuale la forma della società di capitali (5%). Il personale dipendente, laddove presente (34% dei soggetti) è pari a circa 2 addetti.

La struttura dimensionale è caratterizzata da locali per deposito che hanno in media 362 mq, ed un'estensione degli spazi all'aperto mediamente pari a 90 mq.

I servizi offerti riguardano in particolar modo la selezione e la cernita dei cascami, eseguita dal 69% delle imprese, alla quale si aggiungono come altre fasi di lavorazione, la pressatura dei materiali, presente nel 51% dei soggetti, e l'imballaggio (44%). Il servizio di trasporto di materiali ai produttori e agli acquirenti di cascami tessili risulta offerto in modo marginale (rispettivamente 32% e 47% delle imprese appartenenti al cluster).

I mercati di riferimento si articolano come segue: il 33% dei ricavi medi proviene dall'industria, il 22% dal segmento degli artigiani ed il 38% da altri clienti.

Diversificati anche i canali di approvvigionamento in cui l'acquisto diretto dai produttori di materiali incide mediamente per il 37%, quello presso altri raccoglitori rappresenta in media il 29% e gli altri canali sono pari al 25%. Gli acquisti derivanti da associazioni ed enti senza scopo di lucro, pur costituendo solo il 9% della media degli approvvigionamenti, caratterizza il cluster, in quanto tale modalità è quasi del tutto assente nelle altre realtà del settore.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*[3].

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

---

[3] La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

- produttività per addetto = ricavi/(numero addetti[4]*1.000)

  dove:

  - numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
  - numero addetti (società) = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e

[4] Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

- ricarico = ricavi/costo del venduto;

  dove:

  - costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per la produttività per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;

- dall'estremo superiore del 5° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6.
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7.

Per il ricarico sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6.
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della "funzione di ricavo" per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della "funzione di ricavo" sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La

scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della "funzione di ricavo" si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nell'allegato 9.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della "funzione di ricavo".

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- *l'Analisi Discriminante*[5];
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 9.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si

[5] L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 9.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

SM26U

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	1,1032	1,1568	1,1637	1,0882
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	30.790,5214	21.711,4147	24.878,2316	11.098,4972
Valore dei beni strumentali	0,1294	0,1732	0,1815	0,1950
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,2988	1,3066	1,2079	0,8261
Quadrato del costo del venduto	-	-	-1,2750	-
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	7.703,5275	3.854,7504	-	4.105,4707
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	30.790,5214	21.711,4147	24.878,2316	11.098,4972
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9950	1,1271	0,9359	1,6963

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.
- Le variabili elevate al quadrato sono divise per 10^8

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO **SM26U**

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Costo del venduto	1,1334	1,0990	1,0340
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	26.876,4712	11.890,8799	22.649,4201
Valore dei beni strumentali	0,1322	0,1568	0,1969
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,3710	1,1178	1,2544
Quadrato del costo del venduto	-	-	-
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	3.874,2687	3.637,2588	4.586,0913
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	26.876,4712	11.890,8799	22.649,4201
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,5674	1,2183	1,9035

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.
- Le variabili elevate al quadrato sono divise per 10^8

ALLEGATO 9.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa

Quadro B:

- Mq locali destinati ad uffici
- Mq locali e/o capannoni destinati a deposito/magazzino materiali raccolti
- Mq locali e/o capannoni destinati al trattamento dei materiali
- Mq locali e/o capannoni destinati a deposito/magazzino materiali trattati
- Mq locali destinati ad altri servizi
- Mq degli spazi all'aperto destinati a deposito/magazzino materiali raccolti
- Mq degli spazi all'aperto destinati al trattamento dei materiali
- Mq degli spazi all'aperto destinati a deposito/magazzino materiali trattati
- Mq degli spazi all'aperto destinati ad altri servizi
- Mq piazzali di sosta e per le operazioni di carico e scarico

Quadro D:

- Autocarri (portata in q.li)

- Spese per servizi integrativi o sostitutivi dei mezzi propri

Quadro G:

- Materiali trattati: Carta
- Materiali trattati: Cartone
- Materiali trattati: Veicoli a motore e rimorchi
- Materiali trattati: Alluminio
- Materiali trattati: Altri materiali non ferrosi (rame, nichel, titanio, cadmio, ecc.)
- Materiali trattati: Tessuti
- Materiali trattati: Altri
- Servizi offerti ai produttori di materiali: Svuotamento contenitori/raccolta materiale
- Servizi offerti ai produttori di materiali: Trasporto
- Servizi offerti agli acquirenti di materiali: Selezione e cernita
- Servizi offerti agli acquirenti di materiali: Triturazione
- Servizi offerti agli acquirenti di materiali: Pressatura
- Servizi offerti agli acquirenti di materiali: Imballaggio
- Servizi offerti agli acquirenti di materiali: Trasporto
- Tipologia di clientela: Export
- Tipologia di clientela: Altri
- Altri elementi specifici: Spese sostenute per lo smaltimento degli scarti di materiale raccolto

- Altri elementi specifici: Spese sostenute in ottemperanza alle normative ambientali

Quadro H:

- Modalità di acquisto: Diretto dai produttori
- Modalità di acquisto: Da gestori di servizi RSU
- Modalità di acquisto: Da enti e associazioni senza scopo di lucro

Quadro I:

- Nastri trasportatori (numero)
- Benne a polipo (granchi) (capacità in decimetri cubi)
- Presse (produzione oraria t/h)
- Scarrabili (capacità in metri cubi)

01A2367

DECRETO 16 febbraio 2001.

Individuazione delle aree territoriali omogenee in relazione alle quali differenziare le modalità di applicazione degli studi di settore.

IL MINISTRO DELLE FINANZE

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 600, concernente disposizioni comuni in materia di accertamento delle imposte sui redditi;

Visto l'articolo 62-bis del decreto-legge 30 agosto 1993, n. 331, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 ottobre 1993, n. 427, che prevede, da parte degli uffici del Dipartimento delle entrate del Ministero delle finanze, l'elaborazione di appositi studi di settore in relazione ai vari settori economici;

Visto l'articolo 3, comma 121, della legge 23 dicembre 1996, n. 662, in base al quale i soggetti che hanno dichiarato ricavi derivanti dall'esercizio di attività di impresa di cui all'articolo 53, comma 1, ad esclusione di quelli indicati alla lettera c), del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, o compensi derivanti dall'esercizio di arti e professioni di ammontare non superiore a lire dieci miliardi sono tenuti a fornire all'amministrazione finanziaria i dati contabili ed extracontabili necessari per l'elaborazione degli studi di settore;

Visto l'articolo 10, della legge 8 maggio 1998, n. 146, che individua le modalità di utilizzazione degli studi di settore in sede di accertamento nonché le cause di esclusione degli stessi;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 31 maggio 1999, n. 195, recante disposizioni concernenti i tempi e le modalità di applicazione degli studi di settore;

Visto i decreti ministeriali concernenti l'approvazione degli studi di settore relativi ad attività imprenditoriali nel settore delle manifatture, dei servizi, e del commercio;

Considerata la necessità di individuare le peculiarità determinate dal luogo di svolgimento di talune attività economiche;

Visto il proprio decreto 10 novembre 1998, che ha istituito la Commissione di esperti prevista dall'articolo 10, comma 7, della legge n. 146 del 1998;

Acquisto il parere della predetta Commissione di esperti in data 22 novembre 2000;

Ritenuto di dover provvedere al riguardo;

Decreta:

Art. 1
(Individuazione delle aree territoriali)

1. Sono individuate aree territoriali omogenee in relazione alle quali differenziare le modalità di applicazione degli studi di settore, per tenere conto del luogo in cui l'impresa svolge l'attività economica. La metodologia seguita per individuare le predette aree è indicata nei seguenti allegati:

- Allegato 1 per la territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle;
- Allegato 2 per la territorialità del commercio a livello provinciale e regionale.

2. Nei decreti di approvazione degli studi di settore sono indicate le modalità con cui effettuare le predette differenziazioni.

Il presente decreto sarà pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana.

Roma, 16 febbraio 2001

Il Ministro: DEL TURCO

ALLEGATO 1

Nota tecnica della territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle

1. CRITERI PER LA DEFINIZIONE DELLE AREE TERRITORIALI DEL COMPARTO MANIFATTURIERO DEL CONFEZIONAMENTO DI VESTIARIO IN PELLE

Obiettivo dell'analisi è individuare e descrivere le aree di specializzazione e concentrazione industriale nel comparto in esame[1].

La localizzazione territoriale rappresenta, infatti, una componente molto importante nello svolgimento dell'attività economica delle P.M.I., dal momento che può condizionarne le performance.

Poiché il tessuto produttivo del nostro paese è caratterizzato prevalentemente dalla presenza di imprese di piccole e medie dimensioni, le economie di scala sono frequentemente generate dal grado di organizzazione logistica, tecnologica e commerciale dell'ambiente economico in cui tali imprese operano piuttosto che dalle loro dimensioni. Tali caratteristiche sono tipiche delle aree-distretto e delle aree ad alta specializzazione produttiva.

Per queste ragioni le imprese appartenenti a tali aree possono beneficiare di vantaggi in termini di costi di produzione, flessibilità e opportunità di commercializzazione dei propri prodotti, rispetto ai concorrenti localizzati invece al di fuori delle aree specializzate.

L'analisi è stata condotta a livello di singolo Comune.

---

[1]Rispetto all'intera filiera di lavorazione del tessile e dell'abbigliamento – in cui sono compresi gli stadi produttivi che dalla trasformazione della materia prima e dalla preparazione dei tessuti conducono al confezionamento – il comparto di attività considerato è composto dall'insieme delle lavorazioni su pelle che conducono a prodotti di vestiario destinati ai mercati al consumo finale, per soddisfare i bisogni legati all'abbigliamento e alle dinamiche del sistema-moda.
La particolare materia prima utilizzata per questi manufatti condiziona la collocazione territoriale di numerose imprese impegnate in tale comparto, nel senso che esse trovano conveniente l'insediamento in prossimità o all'interno delle aree specializzate nella concia del pellame ai fini di un abbattimento dei costi di approvvigionamento e dei costi connessi con la ricerca delle imprese fornitrici specializzate in questi processi di trattamento delle pelli.

Il percorso metodologico è il seguente:

- scelta di un set di indicatori che permettano di cogliere gli aspetti precedentemente esposti;
- identificazione di aree territoriali omogenee rispetto a tali indicatori.

1.1 DEFINIZIONE DEL SET DI INDICATORI

Per l'individuazione delle aree omogenee nel comparto del confezionamento di vestiario in pelle sono stati analizzati indicatori di specializzazione e concentrazione produttiva, basati sulla numerosità relativa delle imprese e degli addetti operanti nel comparto.

Questi indicatori sono da tempo largamente utilizzati nell'ambito degli studi e delle ricerche che mirano ad approfondire la natura e le caratteristiche dei sistemi produttivi locali.

Gli indicatori di specializzazione produttiva misurano l'incidenza della specifica produzione rispetto all'insieme delle trasformazioni manifatturiere all'interno di un'area. Gli indicatori di concentrazione esprimono, per ogni settore considerato, il peso delle attività produttive localizzate all'interno di un'area territoriale rispetto all'intero paese.

Oltre ai dati sulle imprese e gli addetti, sono stati introdotti nell'analisi i volumi di esportazione, partendo dalla constatazione che le aree contraddistinte da gradi elevati di specializzazione e/o concentrazione produttiva possiedono anche un notevole grado di apertura verso l'estero e una importante capacità di servire i mercati internazionali.

Nell'analisi sono stati considerati anche indicatori di densità d'impresa, come misura del carattere di "monocoltura" produttiva all'interno di un determinato

sistema economico locale. Ciò rispecchia l'evidenza secondo cui alla formazione di aree specializzate concorre la tendenza a riprodurre iniziative e modelli imprenditoriali basati su una cultura produttiva fortemente radicata a livello locale.

Di seguito vengono riportati gli indicatori utilizzati nell'analisi, calcolati per il comparto del confezionamento di vestiario in pelle.

Indicatori di specializzazione produttiva

- % imprese del settore rispetto al totale imprese delle attività manifatturiere a livello comunale,
- % addetti del settore rispetto al totale addetti delle attività manifatturiere a livello comunale,
- % export del settore rispetto al totale export delle attività manifatturiere a livello comunale.

Indicatori di concentrazione produttiva

- % imprese del settore nel comune rispetto al totale nazionale delle imprese del settore,
- % addetti del settore nel comune rispetto al totale nazionale degli addetti del settore,
- % export del settore nel comune rispetto al totale nazionale dell'export del settore.

Indicatore di densità d'impresa

- numero imprese del settore, a livello comunale, per 1.000 abitanti.

Le variabili utilizzate per il calcolo dei precedenti indicatori sono le seguenti:

VARIABILE	*ANNO*	*FONTE*
Numero imprese	1996	ISTAT
Numero addetti	1996	ISTAT
Volume dell'export	1996	MINISTERO DELLE FINANZE

Di seguito vengono riportate le aggregazioni elementari utilizzate per il comparto in esame:

Descrizione settore	*Classificazione Istat attività economiche 1991*
Industria del confezionamento di vestiario in pelle	18.10.0

1.2 DEFINIZIONE DELLE AREE TERRITORIALI OMOGENEE

La metodologia scelta per giungere all'identificazione delle aree di specializzazione e concentrazione è quella già largamente utilizzata nello sviluppo degli Studi di Settore: applicazione di una Cluster Analysis ai risultati di una precedente analisi fattoriale, nella fattispecie un'Analisi in Componenti Principali (ACP).

L'obiettivo dell'ACP è di ridurre la dimensione dei dati conservando quanto più possibile l'informazione statistica disponibile[2].

[2] L'ACP è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili, dette componenti principali, tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate). Tali componenti (fattori), ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie, sono scelte in modo che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione.

L'ACP è stata anche utilizzata come strumento per analizzare l'insieme degli indicatori e le loro correlazioni, allo scopo di identificare fattori di specializzazione e/o di concentrazione.

Sulla base dei fattori significativi dell'ACP, la Cluster Analysis ha condotto alla classificazione dei Comuni in 4 aree territoriali.

Tali raggruppamenti, contraddistinti da profili tra loro differenti, rappresentano alcune delle combinazioni più significative tra specializzazione, concentrazione localizzativa, apertura verso i mercati esteri, e imprenditorialità intensiva nel comparto esaminato. E' opportuno segnalare che, pur non intendendo fornire direttamente un'ulteriore mappatura dei distretti produttivi rispetto a quelle già esistenti, la ricerca ha condotto anche all'individuazione di aree generalmente riconosciute come tali, quale risultato della simultanea presenza di valori elevati di specializzazione e concentrazione produttiva, di un grado maggiore di apertura verso i mercati internazionali, di una forte impronta monocolturale.

Di seguito vengono riportate le caratteristiche di ciascuna area territoriale individuata.

Nell'Allegato 1 viene riportato l'elenco, per Regione, dei singoli Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza.

2. DESCRIZIONE DELLE AREE TERRITORIALI DEL COMPARTO DEL CONFEZIONAMENTO DI VESTIARIO IN PELLE

Gruppo 1

Aree despecializzate o completamente prive di attività imprenditoriali nel comparto

E' il gruppo più numeroso e comprende quei comuni che non presentano alcuna distintiva caratteristica rispetto alle trasformazioni incluse nel comparto in esame: o perché appunto despecializzati oppure perché del tutto privi di imprese operanti in tali attività.

Gruppo 2

Aree caratterizzate dalla specializzazione nel confezionamento di vestiario in pelle in prossimità di distretti dell'abbigliamento o della concia

I comuni inclusi in questo gruppo si caratterizzano per il grado di specializzazione produttiva nel settore con valori che - per quanto riguarda il grado di specializzazione delle imprese e degli addetti nei sistemi locali - toccano rispettivamente il 15% e il 19%. Modesto risulta invece il valore che misura la densità di impresa nel settore (3 imprese per 1.000 abitanti) malgrado la vicinanza geografica con aree a forte vocazione distrettuale nelle produzioni di abbigliamento o della concia.

Quanto alla dimensione media in termini di addetti, le imprese del settore sono sostanzialmente da considerarsi di piccole dimensioni (7 addetti per impresa).

Significativa risulta invece l'importanza che tali lavorazioni rivestono all'interno dei sistemi economici locali rispetto all'apertura verso i mercati

esteri, come misura l'indicatore di specializzazione dell'export (circa 20%). Infine anche in rapporto all'intero territorio nazionale il peso mediamente espresso a livello locale dalle esportazioni di queste aree è degno di nota (2,2%).

Fanno, in particolare, parte di questo gruppo i comuni di Solofra e Santa Lucia di Serino (Avellino) nella zona distrettuale della concia di pelli e di Molvena (Vicenza) a ridosso dell'area contenuta nella provincia di Vicenza specializzata nel confezionamento di capi di abbigliamento.

Gruppo 3

Aree metropolitane ad alto tasso di industrializzazione e con concentrazione di attività di confezionamento di vestiario in pelle

Questo raggruppamento comprende 2 grandi comuni metropolitani (Milano e Napoli) che presentano, a fianco di un'accentuata pluralità di produzioni manifatturiere, un apprezzabile grado di concentrazione localizzativa di imprese di confezionamento di vestiario in pelle. In effetti, è questo il gruppo in cui il numero di imprese e di addetti nel settore considerato risulta largamente maggiore rispetto agli altri e ciò non deve destare sorpresa dal momento che le imprese insediate in tali contesti produttivi beneficiano comunque delle esternalità logistiche e infrastrutturali derivanti dall'elevata organizzazione che li contraddistingue. I valori degli indicatori di concentrazione risultano più elevati in relazione al numero di imprese (2,8%) piuttosto che in relazione agli addetti (1,9%); dall'area, inoltre, proviene un apprezzabile contributo in valore assoluto ai flussi di export del settore (il 2,5% del totale nazionale).

Tuttavia, l'inserimento delle imprese del settore in simili contesti a forte differenziazione produttiva neutralizza il grado di specializzazione produttiva

dell'area (gli indicatori riferiti agli addetti, alle imprese e all'export sono decisamente inferiori alla soglia del 10%) così come rende irrilevante l'impronta monocolturale delle produzioni, rispetto al caso in cui esse hanno luogo in sistemi locali dimensionalmente molto più contenuti.

Gruppo 4

Aree caratterizzate da specializzazione e concentrazione nel confezionamento di vestiario in pelle

I comuni inclusi in questo gruppo presentano non soltanto una specializzazione a livello locale per questo tipo di lavorazione - calcolata sia rispetto alle imprese (19%) sia rispetto agli addetti (13%), - ma anche un valore elevato di concentrazione localizzativa calcolata rispetto all'intero territorio nazionale: infatti il valore dell'indicatore relativo agli addetti è pari a 7% mentre quello delle imprese è pari a 6%.

Il sistema delle imprese operanti nel settore è composto da imprese mediamente di piccola dimensione (circa 5 addetti) e ciò può spiegare anche il grado di monocoltura produttiva (4 imprese per 1.000 abitanti), come espressione di una microimprenditorialità diffusa, specializzata in tali lavorazioni.

Inoltre un altro aspetto distintivo di quest'area riguarda il notevole contributo fornito al volume nazionale di esportazioni di confezioni in pelle, che raggiunge quasi il 20%; mentre, limitatamente all'area considerata a livello locale, esso incide per il 18% dei flussi di esportazione di tutto il comparto manifatturiero.

I comuni compresi all'interno di tale area sono localizzati in Toscana: si tratta di Empoli e Vinci (Firenze), ovvero di comuni facenti parte di aree specializzate del comparto dell'abbigliamento.

ALLEGATO 1.A

Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

REGIONE ABRUZZI

Comune	Gruppo
ABBATEGGIO	1
ACCIANO	1
AIELLI	1
ALANNO	1
ALBA ADRIATICA	1
ALFEDENA	1
ALTINO	1
ANCARANO	1
ANVERSA DEGLI ABRUZZI	1
ARCHI	1
ARI	1
ARIELLI	1
ARSITA	1
ATELETA	1
ATESSA	1
ATRI	1
AVEZZANO	1
BALSORANO	1
BARETE	1
BARISCIANO	1
BARREA	1
BASCIANO	1
BELLANTE	1
BISEGNA	1
BISENTI	1
BOLOGNANO	1
BOMBA	1
BORRELLO	1
BRITTOLI	1
BUCCHIANICO	1
BUGNARA	1
BUSSI SUL TIRINO	1
CAGNANO AMITERNO	1
CALASCIO	1
CAMPLI	1
CAMPO DI GIOVE	1
CAMPOTOSTO	1
CANISTRO	1
CANOSA SANNITA	1
CANSANO	1
CANZANO	1
CAPESTRANO	1
CAPISTRELLO	1
CAPITIGNANO	1
CAPORCIANO	1
CAPPADOCIA	1
CAPPELLE SUL TAVO	1
CARAMANICO TERME	1
CARAPELLE CALVISIO	1
CARPINETO DELLA NORA	1
CARPINETO SINELLO	1
CARSOLI	1
CARUNCHIO	1
CASACANDITELLA	1
CASALANGUIDA	1
CASALBORDINO	1
CASALINCONTRADA	1
CASOLI	1
CASTEL CASTAGNA	1
CASTEL DEL MONTE	1
CASTEL DI IERI	1
CASTEL DI SANGRO	1
CASTEL FRENTANO	1
CASTELGUIDONE	1
CASTELLAFIUME	1
CASTELLALTO	1
CASTELLI	1
CASTELVECCHIO CALVISIO	1
CASTELVECCHIO SUBEQUO	1
CASTIGLIONE A CASAURIA	1
CASTIGLIONE MESSER MARINO	1
CASTIGLIONE MESSER RAIMONDO	1
CASTILENTI	1
CATIGNANO	1
CELANO	1
CELENZA SUL TRIGNO	1
CELLINO ATTANASIO	1
CEPAGATTI	1
CERCHIO	1
CERMIGNANO	1
CHIETI	1
CITTA' SANT'ANGELO	1
CIVITA D'ANTINO	1
CIVITALUPARELLA	1
CIVITAQUANA	1
CIVITELLA ALFEDENA	1
CIVITELLA CASANOVA	1
CIVITELLA DEL TRONTO	1
CIVITELLA MESSER RAIMONDO	1
CIVITELLA ROVETO	1
COCULLO	1
COLLARMELE	1
COLLECORVINO	1
COLLEDARA	1
COLLEDIMACINE	1
COLLEDIMEZZO	1
COLLELONGO	1
COLLEPIETRO	1
COLONNELLA	1
CONTROGUERRA	1
CORFINIO	1
CORROPOLI	1
CORTINO	1
CORVARA	1
CRECCHIO	1
CROGNALETO	1
CUGNOLI	1
CUPELLO	1
DOGLIOLA	1
ELICE	1
FAGNANO ALTO	1
FALLO	1
FANO ADRIANO	1
FARA FILIORUM PETRI	1
FARA SAN MARTINO	1
FARINDOLA	1
FILETTO	1
FONTECCHIO	1
FOSSA	1
FOSSACESIA	1
FRAINE	1
FRANCAVILLA AL MARE	1
FRESAGRANDINARIA	1
FRISA	1
FURCI	1
GAGLIANO ATERNO	1
GAMBERALE	1
GESSOPALENA	1
GIOIA DEI MARSI	1
GISSI	1
GIULIANO TEATINO	1
GIULIANOVA	1
GORIANO SICOLI	1
GUARDIAGRELE	1
GUILMI	1
INTRODACQUA	1
ISOLA DEL GRAN SASSO D'ITALIA	1
LAMA DEI PELIGNI	1
LANCIANO	1
L'AQUILA	1
LECCE NEI MARSI	1
LENTELLA	1
LETTOMANOPPELLO	1
LETTOPALENA	1
LISCIA	1
LORETO APRUTINO	1
LUCO DEI MARSI	1
LUCOLI	1
MAGLIANO DE' MARSI	1
MANOPPELLO	1
MARTINSICURO	1
MASSA D'ALBE	1
MIGLIANICO	1
MOLINA ATERNO	1
MONTAZZOLI	1
MONTEBELLO DI BERTONA	1
MONTEBELLO SUL SANGRO	1
MONTEFERRANTE	1
MONTEFINO	1
MONTELAPIANO	1
MONTENERODOMO	1
MONTEODORISIO	1
MONTEREALE	1
MONTESILVANO	1
MONTORIO AL VOMANO	1
MORINO	1
MORRO D'ORO	1
MOSCIANO SANT'ANGELO	1
MOSCUFO	1
MOZZAGROGNA	1
NAVELLI	1
NERETO	1
NOCCIANO	1
NOTARESCO	1
OCRE	1
OFENA	1
OPI	1
ORICOLA	1
ORSOGNA	1
ORTONA	1
ORTONA DEI MARSI	1
ORTUCCHIO	1
OVINDOLI	1
PACENTRO	1
PAGLIETA	1
PALENA	1
PALMOLI	1
PALOMBARO	1
PENNA SANT'ANDREA	1
PENNADOMO	1
PENNAPIEDIMONTE	1
PENNE	1
PERANO	1
PERETO	1
PESCARA	1
PESCASSEROLI	1
PESCINA	1
PESCOCOSTANZO	1
PESCOSANSONESCO	1
PETTORANO SUL GIZIO	1
PIANELLA	1
PICCIANO	1
PIETRACAMELA	1
PIETRAFERRAZZANA	1
PIETRANICO	1
PINETO	1
PIZZOFERRATO	1
PIZZOLI	1
POGGIO PICENZE	1
POGGIOFIORITO	1
POLLUTRI	1
POPOLI	1
PRATA D'ANSIDONIA	1
PRATOLA PELIGNA	1
PRETORO	1
PREZZA	1
QUADRI	1
RAIANO	1
RAPINO	1
RIPA TEATINA	1
RIVISONDOLI	1
ROCCA DI BOTTE	1
ROCCA DI CAMBIO	1
ROCCA DI MEZZO	1
ROCCA PIA	1
ROCCA SAN GIOVANNI	1
ROCCA SANTA MARIA	1
ROCCACASALE	1
ROCCAMONTEPIANO	1
ROCCAMORICE	1
ROCCARASO	1
ROCCASCALEGNA	1
ROCCASPINALVETI	1
ROIO DEL SANGRO	1
ROSCIANO	1
ROSELLO	1
ROSETO DEGLI ABRUZZI	1
SALLE	1
SAN BENEDETTO DEI MARSI	1
SAN BENEDETTO IN PERILLIS	1
SAN BUONO	1
SAN DEMETRIO NE' VESTINI	1
SAN GIOVANNI LIPIONI	1
SAN GIOVANNI TEATINO	1
SAN MARTINO SULLA MARRUCINA	1
SAN PIO DELLE CAMERE	1
SAN SALVO	1
SAN VALENTINO IN ABRUZZO CITERIORE	1
SAN VINCENZO VALLE ROVETO	1
SAN VITO CHIETINO	1
SANTA MARIA IMBARO	1
SANTE MARIE	1
SANT'EGIDIO ALLA VIBRATA	1
SANT'EUFEMIA A MAIELLA	1
SANT'EUSANIO DEL SANGRO	1
SANT'EUSANIO FORCONESE	1
SANTO STEFANO DI SESSANIO	1
SANT'OMERO	1
SCAFA	1
SCANNO	1
SCERNI	1
SCHIAVI DI ABRUZZO	1
SCONTRONE	1
SCOPPITO	1
SCURCOLA MARSICANA	1
SECINARO	1
SERRAMONACESCA	1
SILVI	1
SPOLTORE	1
SULMONA	1
TAGLIACOZZO	1
TARANTA PELIGNA	1
TERAMO	1
TIONE DEGLI ABRUZZI	1
TOCCO DA CASAURIA	1
TOLLO	1
TORANO NUOVO	1
TORINO DI SANGRO	1
TORNARECCIO	1
TORNIMPARTE	1
TORRE DE' PASSERI	1
TORREBRUNA	1
TORREVECCHIA TEATINA	1
TORRICELLA PELIGNA	1
TORRICELLA SICURA	1
TORTORETO	1
TOSSICIA	1
TRASACCO	1
TREGLIO	1
TUFILLO	1
TURRIVALIGNANI	1
VACRI	1
VALLE CASTELLANA	1
VASTO	1
VICOLI	1
VILLA CELIERA	1
VILLA SANTA LUCIA DEGLI ABRUZZI	1
VILLA SANTA MARIA	1
VILLA SANT'ANGELO	1
VILLALAGO	1
VILLALFONSINA	1
VILLAMAGNA	1
VILLAVALLELONGA	1
VILLETTA BARREA	1
VITTORITO	1

REGIONE BASILICATA

Comune	Gruppo
ABRIOLA	1
ACCETTURA	1
ACERENZA	1
ALBANO DI LUCANIA	1
ALIANO	1
ANZI	1
ARMENTO	1
ATELLA	1
AVIGLIANO	1
BALVANO	1
BANZI	1
BARAGIANO	1
BARILE	1
BELLA	1
BERNALDA	1
BRIENZA	1
BRINDISI MONTAGNA	1
CALCIANO	1
CALVELLO	1
CALVERA	1
CAMPOMAGGIORE	1
CANCELLARA	1
CARBONE	1
CASTELGRANDE	1
CASTELLUCCIO INFERIORE	1
CASTELLUCCIO SUPERIORE	1
CASTELMEZZANO	1
CASTELSARACENO	1
CASTRONUOVO DI SANT'ANDREA	1
CERSOSIMO	1
CHIAROMONTE	1
CIRIGLIANO	1
COLOBRARO	1
CORLETO PERTICARA	1
CRACO	1
EPISCOPIA	1
FARDELLA	1
FERRANDINA	1
FILIANO	1
FORENZA	1
FRANCAVILLA IN SINNI	1
GALLICCHIO	1
GARAGUSO	1
GENZANO DI LUCANIA	1
GINESTRA	1
GORGOGLIONE	1
GRASSANO	1
GROTTOLE	1
GRUMENTO NOVA	1
GUARDIA PERTICARA	1
IRSINA	1
LAGONEGRO	1
LATRONICO	1
LAURENZANA	1
LAURIA	1
LAVELLO	1
MARATEA	1
MARSICO NUOVO	1
MARSICOVETERE	1
MASCHITO	1
MATERA	1
MELFI	1
MIGLIONICO	1
MISSANELLO	1
MOLITERNO	1
MONTALBANO JONICO	1
MONTEMILONE	1
MONTEMURRO	1
MONTESCAGLIOSO	1
MURO LUCANO	1
NEMOLI	1
NOEPOLI	1
NOVA SIRI	1
OLIVETO LUCANO	1
OPPIDO LUCANO	1
PALAZZO SAN GERVASIO	1
PATERNO	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Comune	Gruppo
PESCOPAGANO	1
PICERNO	1
PIETRAGALLA	1
PIETRAPERTOSA	1
PIGNOLA	1
PISTICCI	1
POLICORO	1
POMARICO	1
POTENZA	1
RAPOLLA	1
RAPONE	1
RIONERO IN VULTURE	1
RIPACANDIDA	1
RIVELLO	1
ROCCANOVA	1
ROTONDA	1
ROTONDELLA	1
RUOTI	1
RUVO DEL MONTE	1
SALANDRA	1
SAN CHIRICO NUOVO	1
SAN CHIRICO RAPARO	1
SAN COSTANTINO ALBANESE	1
SAN FELE	1
SAN GIORGIO LUCANO	1
SAN MARTINO D'AGRI	1
SAN MAURO FORTE	1
SAN PAOLO ALBANESE	1
SAN SEVERINO LUCANO	1
SANT'ANGELO LE FRATTE	1
SANT'ARCANGELO	1
SARCONI	1
SASSO DI CASTALDA	1
SATRIANO DI LUCANIA	1
SAVOIA DI LUCANIA	1
SCANZANO JONICO	1
SENISE	1
SPINOSO	1
STIGLIANO	1
TEANA	1
TERRANOVA DI POLLINO	1
TITO	1
TOLVE	1
TRAMUTOLA	1
TRECCHINA	1
TRICARICO	1
TRIVIGNO	1
TURSI	1
VAGLIO BASILICATA	1
VALSINNI	1
VENOSA	1
VIETRI DI POTENZA	1
VIGGIANELLO	1
VIGGIANO	1

REGIONE CALABRIA

Comune	Gruppo
ACQUAFORMOSA	1
ACQUAPPESA	1
ACQUARO	1
ACRI	1
AFRICO	1
AGNANA CALABRA	1
AIELLO CALABRO	1
AIETA	1
ALBI	1
ALBIDONA	1
ALESSANDRIA DEL CARRETTO	1
ALTILIA	1
ALTOMONTE	1
AMANTEA	1
AMARONI	1
AMATO	1
AMENDOLARA	1
ANDALI	1
ANOIA	1
ANTONIMINA	1
APRIGLIANO	1
ARDORE	1
ARENA	1
ARGUSTO	1
BADOLATO	1
BAGALADI	1
BAGNARA CALABRA	1
BELCASTRO	1
BELMONTE CALABRO	1
BELSITO	1
BELVEDERE DI SPINELLO	1
BELVEDERE MARITTIMO	1
BENESTARE	1
BIANCHI	1
BIANCO	1
BISIGNANO	1
BIVONGI	1
BOCCHIGLIERO	1
BONIFATI	1
BORGIA	1
BOTRICELLO	1
BOVA	1
BOVA MARINA	1
BOVALINO	1
BRANCALEONE	1
BRIATICO	1
BROGNATURO	1
BRUZZANO ZEFFIRIO	1
BUONVICINO	1
CACCURI	1
CALANNA	1
CALOPEZZATI	1
CALOVETO	1
CAMINI	1
CAMPANA	1
CAMPO CALABRO	1
CANDIDONI	1
CANNA	1
CANOLO	1
CAPISTRANO	1
CARAFFA DEL BIANCO	1
CARAFFA DI CATANZARO	1
CARDETO	1
CARDINALE	1
CARERI	1
CARFIZZI	1
CARIATI	1
CARLOPOLI	1
CAROLEI	1
CARPANZANO	1
CASABONA	1
CASIGNANA	1
CASOLE BRUZIO	1
CASSANO ALLO IONIO	1
CASTELSILANO	1
CASTIGLIONE COSENTINO	1
CASTROLIBERO	1
CASTROREGIO	1
CASTROVILLARI	1
CATANZARO	1
CAULONIA	1
CELICO	1
CELLARA	1
CENADI	1
CENTRACHE	1
CERCHIARA DI CALABRIA	1
CERENZIA	1
CERISANO	1
CERVA	1
CERVICATI	1
CERZETO	1
CESSANITI	1
CETRARO	1
CHIARAVALLE CENTRALE	1
CICALA	1
CIMINA'	1
CINQUEFRONDI	1
CIRO'	1
CIRO' MARINA	1
CITTANOVA	1
CIVITA	1
CLETO	1
COLOSIMI	1
CONDOFURI	1
CONFLENTI	1
CORIGLIANO CALABRO	1
CORTALE	1
COSENZA	1
COSOLETO	1
COTRONEI	1
CROPALATI	1
CROPANI	1
CROSIA	1
CROTONE	1
CRUCOLI	1
CURINGA	1
CUTRO	1
DASA'	1
DAVOLI	1
DECOLLATURA	1
DELIANUOVA	1
DIAMANTE	1
DINAMI	1
DIPIGNANO	1
DOMANICO	1
DRAPIA	1
FABRIZIA	1
FAGNANO CASTELLO	1
FALCONARA ALBANESE	1
FALERNA	1
FEROLETO ANTICO	1
FEROLETO DELLA CHIESA	1
FERRUZZANO	1
FIGLINE VEGLIATURO	1
FILADELFIA	1
FILANDARI	1
FILOGASO	1
FIRMO	1
FIUMARA	1
FIUMEFREDDO BRUZIO	1
FOSSATO SERRALTA	1
FRANCAVILLA ANGITOLA	1
FRANCAVILLA MARITTIMA	1
FRANCICA	1
FRASCINETO	1
FUSCALDO	1
GAGLIATO	1
GALATRO	1
GASPERINA	1
GERACE	1
GEROCARNE	1
GIFFONE	1
GIMIGLIANO	1
GIOIA TAURO	1
GIOIOSA IONICA	1
GIRIFALCO	1
GIZZERIA	1
GRIMALDI	1
GRISOLIA	1
GROTTERIA	1
GUARDAVALLE	1
GUARDIA PIEMONTESE	1
IONADI	1
ISCA SULLO IONIO	1
ISOLA DI CAPO RIZZUTO	1
JACURSO	1
JOPPOLO	1
LAGANADI	1
LAGO	1
LAINO BORGO	1
LAINO CASTELLO	1
LAMEZIA TERME	1
LAPPANO	1
LATTARICO	1
LAUREANA DI BORRELLO	1
LIMBADI	1
LOCRI	1
LONGOBARDI	1
LONGOBUCCO	1
LUNGRO	1
LUZZI	1
MAGISANO	1
MAIDA	1
MAIERA'	1
MAIERATO	1
MALITO	1
MALVITO	1
MAMMOLA	1
MANDATORICCIO	1
MANGONE	1
MARANO MARCHESATO	1
MARANO PRINCIPATO	1
MARCEDUSA	1
MARCELLINARA	1
MARINA DI GIOIOSA IONICA	1
MAROPATI	1
MARTIRANO	1
MARTIRANO LOMBARDO	1
MARTONE	1
MARZI	1
MELICUCCA'	1
MELICUCCO	1
MELISSA	1
MELITO DI PORTO SALVO	1
MENDICINO	1
MESORACA	1
MIGLIERINA	1
MILETO	1
MOLOCHIO	1
MONASTERACE	1
MONGIANA	1
MONGRASSANO	1
MONTALTO UFFUGO	1
MONTAURO	1
MONTEBELLO IONICO	1
MONTEGIORDANO	1
MONTEPAONE	1
MONTEROSSO CALABRO	1
MORANO CALABRO	1
MORMANNO	1
MOTTA SAN GIOVANNI	1
MOTTA SANTA LUCIA	1
MOTTAFOLLONE	1
NARDODIPACE	1
NICOTERA	1
NOCARA	1
NOCERA TIRINESE	1
OLIVADI	1
OPPIDO MAMERTINA	1
ORIOLO	1
ORSOMARSO	1
PALERMITI	1
PALIZZI	1
PALLAGORIO	1
PALMI	1
PALUDI	1
PANETTIERI	1
PAOLA	1
PAPASIDERO	1
PARENTI	1
PARGHELIA	1
PATERNO CALABRO	1
PAZZANO	1
PEDACE	1
PEDIVIGLIANO	1
PENTONE	1
PETILIA POLICASTRO	1
PETRIZZI	1
PETRONA'	1
PIANE CRATI	1
PIANOPOLI	1
PIETRAFITTA	1
PIETRAPAOLA	1
PIZZO	1
PIZZONI	1
PLACANICA	1
PLATACI	1
PLATANIA	1
PLATI'	1
POLIA	1
POLISTENA	1
PORTIGLIOLA	1
PRAIA A MARE	1
REGGIO DI CALABRIA	1
RENDE	1
RIACE	1
RICADI	1
RIZZICONI	1
ROCCA DI NETO	1
ROCCA IMPERIALE	1
ROCCABERNARDA	1
ROCCAFORTE DEL GRECO	1
ROCCELLA IONICA	1
ROGGIANO GRAVINA	1
ROGHUDI	1
ROGLIANO	1
ROMBIOLO	1
ROSARNO	1
ROSE	1
ROSETO CAPO SPULICO	1
ROSSANO	1
ROTA GRECA	1
ROVITO	1
SAMO	1
SAN BASILE	1
SAN BENEDETTO ULLANO	1
SAN CALOGERO	1
SAN COSMO ALBANESE	1
SAN COSTANTINO CALABRO	1
SAN DEMETRIO CORONE	1
SAN DONATO DI NINEA	1
SAN FERDINANDO	1
SAN FILI	1
SAN FLORO	1
SAN GIORGIO ALBANESE	1
SAN GIORGIO MORGETO	1
SAN GIOVANNI DI GERACE	1
SAN GIOVANNI IN FIORE	1
SAN GREGORIO D'IPPONA	1
SAN LORENZO	1
SAN LORENZO BELLIZZI	1
SAN LORENZO DEL VALLO	1
SAN LUCA	1
SAN LUCIDO	1
SAN MANGO D'AQUINO	1
SAN MARCO ARGENTANO	1
SAN MARTINO DI FINITA	1
SAN MAURO MARCHESATO	1
SAN NICOLA ARCELLA	1
SAN NICOLA DA CRISSA	1
SAN NICOLA DELL'ALTO	1
SAN PIETRO A MAIDA	1
SAN PIETRO APOSTOLO	1
SAN PIETRO DI CARIDA'	1
SAN PIETRO IN AMANTEA	1
SAN PIETRO IN GUARANO	1
SAN PROCOPIO	1
SAN ROBERTO	1
SAN SOSTENE	1
SAN SOSTI	1
SAN VINCENZO LA COSTA	1
SAN VITO SULLO IONIO	1
SANGINETO	1
SANTA CATERINA ALBANESE	1
SANTA CATERINA DELLO IONIO	1
SANTA CRISTINA D'ASPROMONTE	1
SANTA DOMENICA TALAO	1
SANTA MARIA DEL CEDRO	1
SANTA SEVERINA	1
SANTA SOFIA D'EPIRO	1
SANT'AGATA DEL BIANCO	1
SANT'AGATA DI ESARO	1
SANT'ALESSIO IN ASPROMONTE	1
SANT'ANDREA APOSTOLO DELLO IONIO	1
SANT'EUFEMIA D'ASPROMONTE	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Comune	Gruppo
SANT'ILARIO DELLO IONIO	1
SANTO STEFANO DI ROGLIANO	1
SANTO STEFANO IN ASPROMONTE	1
SANT'ONOFRIO	1
SARACENA	1
SATRIANO	1
SAVELLI	1
SCALA COELI	1
SCALEA	1
SCANDALE	1
SCIDO	1
SCIGLIANO	1
SCILLA	1
SELLIA	1
SELLIA MARINA	1
SEMINARA	1
SERRA D'AIELLO	1
SERRA PEDACE	1
SERRA SAN BRUNO	1
SERRASTRETTA	1
SERRATA	1
SERSALE	1
SETTINGIANO	1
SIDERNO	1
SIMBARIO	1
SIMERI CRICHI	1
SINOPOLI	1
SORBO SAN BASILE	1
SORIANELLO	1
SORIANO CALABRO	1
SOVERATO	1
SOVERIA MANNELLI	1
SOVERIA SIMERI	1
SPADOLA	1
SPEZZANO ALBANESE	1
SPEZZANO DELLA SILA	1
SPEZZANO PICCOLO	1
SPILINGA	1
SQUILLACE	1
STAITI	1
STALETTI	1
STEFANACONI	1
STIGNANO	1
STILO	1
STRONGOLI	1
TARSIA	1
TAURIANOVA	1
TAVERNA	1
TERRANOVA DA SIBARI	1
TERRANOVA SAPPO MINULIO	1
TERRAVECCHIA	1
TIRIOLO	1
TORANO CASTELLO	1
TORRE DI RUGGIERO	1
TORTORA	1
TREBISACCE	1
TRENTA	1
TROPEA	1
UMBRIATICO	1
VACCARIZZO ALBANESE	1
VALLEFIORITA	1
VALLELONGA	1
VARAPODIO	1
VAZZANO	1
VERBICARO	1
VERZINO	1
VIBO VALENTIA	1
VILLA SAN GIOVANNI	1
VILLAPIANA	1
ZACCANOPOLI	1
ZAGARISE	1
ZAMBRONE	1
ZUMPANO	1
ZUNGRI	1

REGIONE CAMPANIA

Comune	Gruppo
ACERNO	1
ACERRA	1
AFRAGOLA	1
AGEROLA	1
AGROPOLI	1
AIELLO DEL SABATO	1
AILANO	1
AIROLA	1
ALBANELLA	1
ALFANO	1
ALIFE	1
ALTAVILLA IRPINA	1
ALTAVILLA SILENTINA	1
ALVIGNANO	1
AMALFI	1
AMOROSI	1
ANACAPRI	1
ANDRETTA	1
ANGRI	1
APICE	1
APOLLOSA	1
AQUARA	1
AQUILONIA	1
ARIANO IRPINO	1
ARIENZO	1
ARPAIA	1
ARPAISE	1
ARZANO	1
ASCEA	1
ATENA LUCANA	1
ATRANI	1
ATRIPALDA	1
AULETTA	1
AVELLA	1
AVELLINO	1
AVERSA	1
BACOLI	1
BAGNOLI IRPINO	1
BAIA E LATINA	1
BAIANO	1
BARANO D'ISCHIA	1
BARONISSI	1
BASELICE	1
BATTIPAGLIA	1
BELLIZZI	1
BELLONA	1
BELLOSGUARDO	1
BENEVENTO	1
BISACCIA	1
BONEA	1
BONITO	1
BOSCOREALE	1
BOSCOTRECASE	1
BRACIGLIANO	1
BRUSCIANO	1
BUCCIANO	1
BUCCINO	1
BUONABITACOLO	1
BUONALBERGO	1
CAGGIANO	1
CAIANELLO	1
CAIAZZO	1
CAIRANO	1
CAIVANO	1
CALABRITTO	1
CALITRI	1
CALVANICO	1
CALVI	1
CALVI RISORTA	1
CALVIZZANO	1
CAMEROTA	1
CAMIGLIANO	1
CAMPAGNA	1
CAMPOLATTARO	1
CAMPOLI DEL MONTE TABURNO	1
CAMPORA	1
CAMPOSANO	1
CANCELLO ED ARNONE	1
CANDIDA	1
CANNALONGA	1
CAPACCIO	1
CAPODRISE	1
CAPOSELE	1
CAPRI	1
CAPRIATI A VOLTURNO	1
CAPRIGLIA IRPINA	1
CAPUA	1
CARBONARA DI NOLA	1
CARDITO	1
CARIFE	1
CARINARO	1
CARINOLA	1
CASAGIOVE	1
CASAL DI PRINCIPE	1
CASAL VELINO	1
CASALBORE	1
CASALBUONO	1
CASALDUNI	1
CASALETTO SPARTANO	1
CASALNUOVO DI NAPOLI	1
CASALUCE	1
CASAMARCIANO	1
CASAMICCIOLA TERME	1
CASANDRINO	1
CASAPESENNA	1
CASAPULLA	1
CASAVATORE	1
CASELLE IN PITTARI	1
CASERTA	1
CASOLA DI NAPOLI	1
CASORIA	1
CASSANO IRPINO	1
CASTEL BARONIA	1
CASTEL CAMPAGNANO	1
CASTEL DI SASSO	1
CASTEL MORRONE	1
CASTEL SAN GIORGIO	1
CASTEL SAN LORENZO	1
CASTEL VOLTURNO	1
CASTELCIVITA	1
CASTELFRANCI	1
CASTELFRANCO IN MISCANO	1
CASTELLABATE	1
CASTELLAMMARE DI STABIA	1
CASTELLO DEL MATESE	1
CASTELLO DI CISTERNA	1
CASTELNUOVO CILENTO	1
CASTELNUOVO DI CONZA	1
CASTELPAGANO	1
CASTELPOTO	1
CASTELVENERE	1
CASTELVETERE IN VAL FORTORE	1
CASTELVETERE SUL CALORE	1
CASTIGLIONE DEL GENOVESI	1
CAUTANO	1
CAVA DE' TIRRENI	1
CELLE DI BULGHERIA	1
CELLOLE	1
CENTOLA	1
CEPPALONI	1
CERASO	1
CERCOLA	1
CERRETO SANNITA	1
CERVINARA	1
CERVINO	1
CESA	1
CESINALI	1
CETARA	1
CHIANCHE	1
CHIUSANO DI SAN DOMENICO	1
CICCIANO	1
CICERALE	1
CIMITILE	1
CIORLANO	1
CIRCELLO	1
COLLE SANNITA	1
COLLIANO	1
COMIZIANO	1
CONCA DEI MARINI	1
CONCA DELLA CAMPANIA	1
CONTRADA	1
CONTRONE	1
CONTURSI TERME	1
CONZA DELLA CAMPANIA	1
CORBARA	1
CORLETO MONFORTE	1
CRISPANO	1
CUCCARO VETERE	1
CURTI	1
CUSANO MUTRI	1
DOMICELLA	1
DRAGONI	1
DUGENTA	1
DURAZZANO	1
EBOLI	1
ERCOLANO	1
FAICCHIO	1
FALCIANO DEL MASSICO	1
FELITTO	1
FISCIANO	1
FLUMERI	1
FOGLIANISE	1
FOIANO DI VAL FORTORE	1
FONTANAROSA	1
FONTEGRECA	1
FORCHIA	1
FORINO	1
FORIO	1
FORMICOLA	1
FRAGNETO L'ABATE	1
FRAGNETO MONFORTE	1
FRANCOLISE	1
FRASSO TELESINO	1
FRATTAMAGGIORE	1
FRATTAMINORE	1
FRIGENTO	1
FRIGNANO	1
FURORE	1
FUTANI	1
GALLO MATESE	1
GALLUCCIO	1
GESUALDO	1
GIANO VETUSTO	1
GIFFONI SEI CASALI	1
GIFFONI VALLE PIANA	1
GINESTRA DEGLI SCHIAVONI	1
GIOI	1
GIOIA SANNITICA	1
GIUGLIANO IN CAMPANIA	1
GIUNGANO	1
GRAGNANO	1
GRAZZANISE	1
GRECI	1
GRICIGNANO DI AVERSA	1
GROTTAMINARDA	1
GROTTOLELLA	1
GRUMO NEVANO	1
GUARDIA LOMBARDI	1
GUARDIA SANFRAMONDI	1
ISCHIA	1
ISPANI	1
LACCO AMENO	1
LACEDONIA	1
LAPIO	1
LAUREANA CILENTO	1
LAURINO	1
LAURITO	1
LAURO	1
LAVIANO	1
LETINO	1
LETTERE	1
LIBERI	1
LIMATOLA	1
LIONI	1
LIVERI	1
LUOGOSANO	1
LUSCIANO	1
LUSTRA	1
MACERATA CAMPANIA	1
MADDALONI	1
MAGLIANO VETERE	1
MAIORI	1
MANOCALZATI	1
MARANO DI NAPOLI	1
MARCIANISE	1
MARIGLIANELLA	1
MARIGLIANO	1
MARZANO APPIO	1
MARZANO DI NOLA	1
MASSA DI SOMMA	1
MASSA LUBRENSE	1
MELITO DI NAPOLI	1
MELITO IRPINO	1
MELIZZANO	1
MERCATO SAN SEVERINO	1
MERCOGLIANO	1
META	1
MIGNANO MONTE LUNGO	1
MINORI	1
MIRABELLA ECLANO	1
MOIANO	1
MOIO DELLA CIVITELLA	1
MOLINARA	1
MONDRAGONE	1
MONTAGUTO	1
MONTANO ANTILIA	1
MONTE DI PROCIDA	1
MONTE SAN GIACOMO	1
MONTECALVO IRPINO	1
MONTECORICE	1
MONTECORVINO PUGLIANO	1
MONTECORVINO ROVELLA	1
MONTEFALCIONE	1
MONTEFALCONE DI VAL FORTORE	1
MONTEFORTE CILENTO	1
MONTEFORTE IRPINO	1
MONTEFREDANE	1
MONTEFUSCO	1
MONTELLA	1
MONTEMARANO	1
MONTEMILETTO	1
MONTESANO SULLA MARCELLANA	1
MONTESARCHIO	1
MONTEVERDE	1
MONTORO INFERIORE	1
MONTORO SUPERIORE	1
MORCONE	1
MORIGERATI	1
MORRA DE SANCTIS	1
MOSCHIANO	1
MUGNANO DEL CARDINALE	1
MUGNANO DI NAPOLI	1
NAPOLI	3
NOCERA INFERIORE	1
NOCERA SUPERIORE	1
NOLA	1
NOVI VELIA	1
NUSCO	1
OGLIASTRO CILENTO	1
OLEVANO SUL TUSCIANO	1
OLIVETO CITRA	1
OMIGNANO	1
ORRIA	1
ORTA DI ATELLA	1
OSPEDALETTO D'ALPINOLO	1
OTTATI	1
OTTAVIANO	1
PADULA	1
PADULI	1
PAGANI	1
PAGO DEL VALLO DI LAURO	1
PAGO VEIANO	1
PALMA CAMPANIA	1
PALOMONTE	1
PANNARANO	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Comune	Gruppo
PAOLISI	1
PARETE	1
PAROLISE	1
PASTORANO	1
PATERNOPOLI	1
PAUPISI	1
PELLEZZANO	1
PERDIFUMO	1
PERITO	1
PERTOSA	1
PESCO SANNITA	1
PETINA	1
PETRURO IRPINO	1
PIAGGINE	1
PIANA DI MONTE VERNA	1
PIANO DI SORRENTO	1
PIEDIMONTE MATESE	1
PIETRADEFUSI	1
PIETRAMELARA	1
PIETRAROJA	1
PIETRASTORNINA	1
PIETRAVAIRANO	1
PIETRELCINA	1
PIGNATARO MAGGIORE	1
PIMONTE	1
PISCIOTTA	1
POGGIOMARINO	1
POLLA	1
POLLENA TROCCHIA	1
POLLICA	1
POMIGLIANO D'ARCO	1
POMPEI	1
PONTE	1
PONTECAGNANO FAIANO	1
PONTELANDOLFO	1
PONTELATONE	1
PORTICI	1
PORTICO DI CASERTA	1
POSITANO	1
POSTIGLIONE	1
POZZUOLI	1
PRAIANO	1
PRATA DI PRINCIPATO ULTRA	1
PRATA SANNITA	1
PRATELLA	1
PRATOLA SERRA	1
PRESENZANO	1
PRIGNANO CILENTO	1
PROCIDA	1
PUGLIANELLO	1
QUADRELLE	1
QUALIANO	1
QUARTO	1
QUINDICI	1
RAVELLO	1
RAVISCANINA	1
RECALE	1
REINO	1
RIARDO	1
RICIGLIANO	1
ROCCA D'EVANDRO	1
ROCCA SAN FELICE	1
ROCCABASCERANA	1
ROCCADASPIDE	1
ROCCAGLORIOSA	1
ROCCAMONFINA	1
ROCCAPIEMONTE	1
ROCCARAINOLA	1
ROCCAROMANA	1
ROCCHETTA E CROCE	1
ROFRANO	1
ROMAGNANO AL MONTE	1
ROSCIGNO	1
ROTONDI	1
RUTINO	1
RUVIANO	1
SACCO	1
SALA CONSILINA	1
SALENTO	1
SALERNO	1
SALVITELLE	1
SALZA IRPINA	1
SAN BARTOLOMEO IN GALDO	1
SAN CIPRIANO D'AVERSA	1
SAN CIPRIANO PICENTINO	1
SAN FELICE A CANCELLO	1
SAN GENNARO VESUVIANO	1
SAN GIORGIO A CREMANO	1
SAN GIORGIO DEL SANNIO	1
SAN GIORGIO LA MOLARA	1
SAN GIOVANNI A PIRO	1
SAN GIUSEPPE VESUVIANO	1
SAN GREGORIO MAGNO	1
SAN GREGORIO MATESE	1
SAN LEUCIO DEL SANNIO	1
SAN LORENZELLO	1
SAN LORENZO MAGGIORE	1
SAN LUPO	1
SAN MANGO PIEMONTE	1
SAN MANGO SUL CALORE	1
SAN MARCELLINO	1
SAN MARCO DEI CAVOTI	1
SAN MARCO EVANGELISTA	1
SAN MARTINO SANNITA	1
SAN MARTINO VALLE CAUDINA	1
SAN MARZANO SUL SARNO	1
SAN MAURO CILENTO	1
SAN MAURO LA BRUCA	1
SAN MICHELE DI SERINO	1
SAN NAZZARO	1
SAN NICOLA BARONIA	1
SAN NICOLA LA STRADA	1
SAN NICOLA MANFREDI	1
SAN PAOLO BEL SITO	1
SAN PIETRO AL TANAGRO	1
SAN PIETRO INFINE	1
SAN POTITO SANNITICO	1
SAN POTITO ULTRA	1
SAN PRISCO	1
SAN RUFO	1
SAN SALVATORE TELESINO	1
SAN SEBASTIANO AL VESUVIO	1
SAN SOSSIO BARONIA	1
SAN TAMMARO	1
SAN VALENTINO TORIO	1
SAN VITALIANO	1
SANTA CROCE DEL SANNIO	1
SANTA LUCIA DI SERINO	2
SANTA MARIA A VICO	1
SANTA MARIA CAPUA VETERE	1
SANTA MARIA LA CARITA'	1
SANTA MARIA LA FOSSA	1
SANTA MARINA	1
SANTA PAOLINA	1
SANT'AGATA DE' GOTI	1
SANT'AGNELLO	1
SANT'ANASTASIA	1
SANT'ANDREA DI CONZA	1
SANT'ANGELO A CUPOLO	1
SANT'ANGELO A FASANELLA	1
SANT'ANGELO A SCALA	1
SANT'ANGELO ALL'ESCA	1
SANT'ANGELO D'ALIFE	1
SANT'ANGELO DEI LOMBARDI	1
SANT'ANTIMO	1
SANT'ANTONIO ABATE	1
SANT'ARCANGELO TRIMONTE	1
SANT'ARPINO	1
SANT'ARSENIO	1
SANT'EGIDIO DEL MONTE ALBINO	1
SANTO STEFANO DEL SOLE	1
SANTOMENNA	1
SANZA	1
SAPRI	1
SARNO	1
SASSANO	1
SASSINORO	1
SAVIANO	1
SAVIGNANO IRPINO	1
SCAFATI	1
SCALA	1
SCAMPITELLA	1
SCISCIANO	1
SENERCHIA	1
SERINO	1
SERRAMEZZANA	1
SERRARA FONTANA	1
SERRE	1
SESSA AURUNCA	1
SESSA CILENTO	1
SIANO	1
SICIGNANO DEGLI ALBURNI	1
SIRIGNANO	1
SOLOFRA	2
SOLOPACA	1
SOMMA VESUVIANA	1
SORBO SERPICO	1
SORRENTO	1
SPARANISE	1
SPERONE	1
STELLA CILENTO	1
STIO	1
STRIANO	1
STURNO	1
SUCCIVO	1
SUMMONTE	1
TAURANO	1
TAURASI	1
TEANO	1
TEGGIANO	1
TELESE TERME	1
TEORA	1
TERZIGNO	1
TEVEROLA	1
TOCCO CAUDIO	1
TORA E PICCILLI	1
TORCHIARA	1
TORELLA DEI LOMBARDI	1
TORRACA	1
TORRE ANNUNZIATA	1
TORRE DEL GRECO	1
TORRE LE NOCELLE	1
TORRE ORSAIA	1
TORRECUSO	1
TORRIONI	1
TORTORELLA	1
TRAMONTI	1
TRECASE	1
TRENTINARA	1
TRENTOLA-DUCENTA	1
TREVICO	1
TUFINO	1
TUFO	1
VAIRANO PATENORA	1
VALLATA	1
VALLE AGRICOLA	1
VALLE DELL'ANGELO	1
VALLE DI MADDALONI	1
VALLESACCARDA	1
VALLO DELLA LUCANIA	1
VALVA	1
VENTICANO	1
VIBONATI	1
VICO EQUENSE	1
VIETRI SUL MARE	1
VILLA DI BRIANO	1
VILLA LITERNO	1
VILLAMAINA	1
VILLANOVA DEL BATTISTA	1
VILLARICCA	1
VISCIANO	1
VITULANO	1
VITULAZIO	1
VOLLA	1
VOLTURARA IRPINA	1
ZUNGOLI	1

REGIONE EMILIA ROMAGNA

Comune	Gruppo
AGAZZANO	1
ALBARETO	1
ALBINEA	1
ALFONSINE	1
ALSENO	1
ANZOLA DELL'EMILIA	1
ARGELATO	1
ARGENTA	1
BAGNACAVALLO	1
BAGNARA DI ROMAGNA	1
BAGNO DI ROMAGNA	1
BAGNOLO IN PIANO	1
BAISO	1
BARDI	1
BARICELLA	1
BASTIGLIA	1
BAZZANO	1
BEDONIA	1
BELLARIA-IGEA MARINA	1
BENTIVOGLIO	1
BERCETO	1
BERRA	1
BERTINORO	1
BESENZONE	1
BETTOLA	1
BIBBIANO	1
BOBBIO	1
BOLOGNA	1
BOMPORTO	1
BONDENO	1
BORE	1
BORETTO	1
BORGHI	1
BORGO TOSSIGNANO	1
BORGO VAL DI TARO	1
BORGONOVO VAL TIDONE	1
BRESCELLO	1
BRISIGHELLA	1
BUDRIO	1
BUSANA	1
BUSSETO	1
CADELBOSCO DI SOPRA	1
CADEO	1
CALDERARA DI RENO	1
CALENDASCO	1
CALESTANO	1
CAMINATA	1
CAMPAGNOLA EMILIA	1
CAMPEGINE	1
CAMPOGALLIANO	1
CAMPOSANTO	1
CAMUGNANO	1
CANOSSA	1
CAORSO	1
CARPANETO PIACENTINO	1
CARPI	1
CARPINETI	1
CASALECCHIO DI RENO	1
CASALFIUMANESE	1
CASALGRANDE	1
CASINA	1
CASOLA VALSENIO	1
CASTEL BOLOGNESE	1
CASTEL D'AIANO	1
CASTEL DEL RIO	1
CASTEL DI CASIO	1
CASTEL GUELFO DI BOLOGNA	1
CASTEL MAGGIORE	1
CASTEL SAN GIOVANNI	1
CASTEL SAN PIETRO TERME	1
CASTELFRANCO EMILIA	1
CASTELLARANO	1
CASTELL'ARQUATO	1
CASTELLO D'ARGILE	1
CASTELLO DI SERRAVALLE	1
CASTELNOVO DI SOTTO	1
CASTELNOVO NE' MONTI	1
CASTELNUOVO RANGONE	1
CASTELVETRO DI MODENA	1
CASTELVETRO PIACENTINO	1
CASTENASO	1
CASTIGLIONE DEI PEPOLI	1
CASTROCARO TERME E TERRA DEL SOLE	1
CATTOLICA	1
CAVEZZO	1
CAVRIAGO	1
CENTO	1
CERIGNALE	1
CERVIA	1
CESENA	1
CESENATICO	1
CIVITELLA DI ROMAGNA	1
CODIGORO	1
COLI	1
COLLAGNA	1
COLLECCHIO	1
COLORNO	1
COMACCHIO	1
COMPIANO	1
CONCORDIA SULLA SECCHIA	1
CONSELICE	1
COPPARO	1
CORIANO	1
CORNIGLIO	1
CORREGGIO	1
CORTE BRUGNATELLA	1
CORTEMAGGIORE	1
COTIGNOLA	1
CRESPELLANO	1
CREVALCORE	1
DOVADOLA	1
DOZZA	1
FABBRICO	1
FAENZA	1
FANANO	1
FARINI	1
FELINO	1
FERRARA	1
FERRIERE	1
FIDENZA	1
FINALE EMILIA	1
FIORANO MODENESE	1
FIORENZUOLA D'ARDA	1
FIUMALBO	1
FONTANELICE	1
FONTANELLATO	1
FONTEVIVO	1
FORLI'	1
FORLIMPOPOLI	1
FORMIGINE	1
FORMIGNANA	1
FORNOVO DI TARO	1
FRASSINORO	1
FUSIGNANO	1
GAGGIO MONTANO	1
GALEATA	1
GALLIERA	1
GAMBETTOLA	1
GATTATICO	1
GATTEO	1
GAZZOLA	1
GEMMANO	1
GORO	1
GOSSOLENGO	1
GRAGNANO TREBBIENSE	1
GRANAGLIONE	1
GRANAROLO DELL'EMILIA	1
GRIZZANA MORANDI	1
GROPPARELLO	1
GUALTIERI	1
GUASTALLA	1
GUIGLIA	1
IMOLA	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Comune	Gruppo
IOLANDA DI SAVOIA	1
LAGOSANTO	1
LAMA MOCOGNO	1
LANGHIRANO	1
LESIGNANO DE' BAGNI	1
LIGONCHIO	1
LIZZANO IN BELVEDERE	1
LOIANO	1
LONGIANO	1
LUGAGNANO VAL D'ARDA	1
LUGO	1
LUZZARA	1
MALALBERGO	1
MARANELLO	1
MARANO SUL PANARO	1
MARZABOTTO	1
MASI TORELLO	1
MASSA FISCAGLIA	1
MASSA LOMBARDA	1
MEDESANO	1
MEDICINA	1
MEDOLLA	1
MELDOLA	1
MERCATO SARACENO	1
MESOLA	1
MEZZANI	1
MIGLIARINO	1
MIGLIARO	1
MINERBIO	1
MIRABELLO	1
MIRANDOLA	1
MISANO ADRIATICO	1
MODENA	1
MODIGLIANA	1
MOLINELLA	1
MONCHIO DELLE CORTI	1
MONDAINO	1
MONGHIDORO	1
MONTE COLOMBO	1
MONTE SAN PIETRO	1
MONTECCHIO EMILIA	1
MONTECHIARUGOLO	1
MONTECRETO	1
MONTEFIORE CONCA	1
MONTEFIORINO	1
MONTEGRIDOLFO	1
MONTERENZIO	1
MONTESCUDO	1
MONTESE	1
MONTEVEGLIO	1
MONTIANO	1
MONTICELLI D'ONGINA	1
MONZUNO	1
MORCIANO DI ROMAGNA	1
MORDANO	1
MORFASSO	1
NEVIANO DEGLI ARDUINI	1
NIBBIANO	1
NOCETO	1
NONANTOLA	1
NOVELLARA	1
NOVI DI MODENA	1
OSTELLATO	1
OTTONE	1
OZZANO DELL'EMILIA	1
PALAGANO	1
PALANZANO	1
PARMA	1
PAVULLO NEL FRIGNANO	1
PECORARA	1
PELLEGRINO PARMENSE	1
PIACENZA	1
PIANELLO VAL TIDONE	1
PIANORO	1
PIEVE DI CENTO	1
PIEVEPELAGO	1
PIOZZANO	1
PODENZANO	1
POGGIO BERNI	1
POGGIO RENATICO	1
POLESINE PARMENSE	1
POLINAGO	1
PONTE DELL'OLIO	1
PONTENURE	1
PORRETTA TERME	1
PORTICO E SAN BENEDETTO	1
PORTOMAGGIORE	1
POVIGLIO	1
PREDAPPIO	1
PREMILCUORE	1
PRIGNANO SULLA SECCHIA	1
QUATTRO CASTELLA	1
RAMISETO	1
RAVARINO	1
RAVENNA	1
REGGIO NELL'EMILIA	1
REGGIOLO	1
RICCIONE	1
RIMINI	1
RIO SALICETO	1
RIOLO TERME	1
RIOLUNATO	1
RIVERGARO	1
RO	1
ROCCA SAN CASCIANO	1
ROCCABIANCA	1
ROLO	1
RONCOFREDDO	1
ROTTOFRENO	1
RUBIERA	1
RUSSI	1
SALA BAGANZA	1
SALA BOLOGNESE	1
SALSOMAGGIORE TERME	1
SALUDECIO	1
SAN BENEDETTO VAL DI SAMBRO	1
SAN CESARIO SUL PANARO	1
SAN CLEMENTE	1
SAN FELICE SUL PANARO	1
SAN GIORGIO DI PIANO	1
SAN GIORGIO PIACENTINO	1
SAN GIOVANNI IN MARIGNANO	1
SAN GIOVANNI IN PERSICETO	1
SAN LAZZARO DI SAVENA	1
SAN MARTINO IN RIO	1
SAN MAURO PASCOLI	1
SAN PIETRO IN CASALE	1
SAN PIETRO IN CERRO	1
SAN POLO D'ENZA	1
SAN POSSIDONIO	1
SAN PROSPERO	1
SAN SECONDO PARMENSE	1
SANTA SOFIA	1
SANT'AGATA BOLOGNESE	1
SANT'AGATA SUL SANTERNO	1
SANT'AGOSTINO	1
SANTARCANGELO DI ROMAGNA	1
SANT'ILARIO D'ENZA	1
SARMATO	1
SARSINA	1
SASSO MARCONI	1
SASSUOLO	1
SAVIGNANO SUL PANARO	1
SAVIGNANO SUL RUBICONE	1
SAVIGNO	1
SCANDIANO	1
SERRAMAZZONI	1
SESTOLA	1
SISSA	1
SOGLIANO AL RUBICONE	1
SOLAROLO	1
SOLIERA	1
SOLIGNANO	1
SORAGNA	1
SORBOLO	1
SPILAMBERTO	1
TERENZO	1
TIZZANO VAL PARMA	1
TOANO	1
TORNOLO	1
TORRIANA	1
TORRILE	1
TRAVERSETOLO	1
TRAVO	1
TRECASALI	1
TREDOZIO	1
TRESIGALLO	1
VALMOZZOLA	1
VARANO DE' MELEGARI	1
VARSI	1
VERGATO	1
VERGHERETO	1
VERNASCA	1
VERUCCHIO	1
VETTO	1
VEZZANO SUL CROSTOLO	1
VIANO	1
VIGARANO MAINARDA	1
VIGNOLA	1
VIGOLZONE	1
VILLA MINOZZO	1
VILLANOVA SULL'ARDA	1
VOGHIERA	1
ZERBA	1
ZIANO PIACENTINO	1
ZIBELLO	1
ZOCCA	1
ZOLA PREDOSA	1

REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA

Comune	Gruppo
AIELLO DEL FRIULI	1
AMARO	1
AMPEZZO	1
ANDREIS	1
AQUILEIA	1
ARBA	1
ARTA TERME	1
ARTEGNA	1
ARZENE	1
ATTIMIS	1
AVIANO	1
AZZANO DECIMO	1
BAGNARIA ARSA	1
BARCIS	1
BASILIANO	1
BERTIOLO	1
BICINICCO	1
BORDANO	1
BRUGNERA	1
BUDOIA	1
BUIA	1
BUTTRIO	1
CAMINO AL TAGLIAMENTO	1
CAMPOFORMIDO	1
CAMPOLONGO AL TORRE	1
CANEVA	1
CAPRIVA DEL FRIULI	1
CARLINO	1
CASARSA DELLA DELIZIA	1
CASSACCO	1
CASTELNOVO DEL FRIULI	1
CASTIONS DI STRADA	1
CAVASSO NUOVO	1
CAVAZZO CARNICO	1
CERCIVENTO	1
CERVIGNANO DEL FRIULI	1
CHIONS	1
CHIOPRIS-VISCONE	1
CHIUSAFORTE	1
CIMOLAIS	1
CIVIDALE DEL FRIULI	1
CLAUT	1
CLAUZETTO	1
CODROIPO	1
COLLOREDO DI MONTE ALBANO	1
COMEGLIANS	1
CORDENONS	1
CORDOVADO	1
CORMONS	1
CORNO DI ROSAZZO	1
COSEANO	1
DIGNANO	1
DOBERDO' DEL LAGO	1
DOGNA	1
DOLEGNA DEL COLLIO	1
DRENCHIA	1
DUINO-AURISINA	1
ENEMONZO	1
ERTO E CASSO	1
FAEDIS	1
FAGAGNA	1
FANNA	1
FARRA D'ISONZO	1
FIUME VENETO	1
FIUMICELLO	1
FLAIBANO	1
FOGLIANO REDIPUGLIA	1
FONTANAFREDDA	1
FORGARIA NEL FRIULI	1
FORNI AVOLTRI	1
FORNI DI SOPRA	1
FORNI DI SOTTO	1
FRISANCO	1
GEMONA DEL FRIULI	1
GONARS	1
GORIZIA	1
GRADISCA D'ISONZO	1
GRADO	1
GRIMACCO	1
LATISANA	1
LAUCO	1
LESTIZZA	1
LIGNANO SABBIADORO	1
LIGOSULLO	1
LUSEVERA	1
MAGNANO IN RIVIERA	1
MAJANO	1
MALBORGHETTO VALBRUNA	1
MANIAGO	1
MANZANO	1
MARANO LAGUNARE	1
MARIANO DEL FRIULI	1
MARTIGNACCO	1
MEDEA	1
MEDUNO	1
MERETO DI TOMBA	1
MOGGIO UDINESE	1
MOIMACCO	1
MONFALCONE	1
MONRUPINO	1
MONTENARS	1
MONTEREALE VALCELLINA	1
MORARO	1
MORSANO AL TAGLIAMENTO	1
MORTEGLIANO	1
MORUZZO	1
MOSSA	1
MUGGIA	1
MUZZANA DEL TURGNANO	1
NIMIS	1
OSOPPO	1
OVARO	1
PAGNACCO	1
PALAZZOLO DELLO STELLA	1
PALMANOVA	1
PALUZZA	1
PASIAN DI PRATO	1
PASIANO DI PORDENONE	1
PAULARO	1
PAVIA DI UDINE	1
PINZANO AL TAGLIAMENTO	1
POCENIA	1
POLCENIGO	1
PONTEBBA	1
PORCIA	1
PORDENONE	1
PORPETTO	1
POVOLETTO	1
POZZUOLO DEL FRIULI	1
PRADAMANO	1
PRATA DI PORDENONE	1
PRATO CARNICO	1
PRAVISDOMINI	1
PRECENICCO	1
PREMARIACCO	1
PREONE	1
PREPOTTO	1
PULFERO	1
RAGOGNA	1
RAVASCLETTO	1
RAVEO	1
REANA DEL ROIALE	1
REMANZACCO	1
RESIA	1
RESIUTTA	1
RIGOLATO	1
RIVE D'ARCANO	1
RIVIGNANO	1
ROMANS D'ISONZO	1
RONCHI DEI LEGIONARI	1
RONCHIS	1
ROVEREDO IN PIANO	1
RUDA	1
SACILE	1
SAGRADO	1
SAN CANZIAN D'ISONZO	1
SAN DANIELE DEL FRIULI	1
SAN DORLIGO DELLA VALLE	1
SAN FLORIANO DEL COLLIO	1
SAN GIORGIO DELLA RICHINVELDA	1
SAN GIORGIO DI NOGARO	1
SAN GIOVANNI AL NATISONE	1
SAN LEONARDO	1
SAN LORENZO ISONTINO	1
SAN MARTINO AL TAGLIAMENTO	1
SAN PIER D'ISONZO	1
SAN PIETRO AL NATISONE	1
SAN QUIRINO	1
SAN VITO AL TAGLIAMENTO	1
SAN VITO AL TORRE	1
SAN VITO DI FAGAGNA	1
SANTA MARIA LA LONGA	1
SAURIS	1
SAVOGNA	1
SAVOGNA D'ISONZO	1
SEDEGLIANO	1
SEQUALS	1
SESTO AL REGHENA	1
SGONICO	1
SOCCHIEVE	1
SPILIMBERGO	1
STARANZANO	1
STREGNA	1
SUTRIO	1
TAIPANA	1
TALMASSONS	1
TAPOGLIANO	1
TARCENTO	1
TARVISIO	1
TAVAGNACCO	1
TEOR	1
TERZO D'AQUILEIA	1
TOLMEZZO	1
TORREANO	1
TORVISCOSA	1
TRAMONTI DI SOPRA	1
TRAMONTI DI SOTTO	1
TRASAGHIS	1
TRAVESIO	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

TREPPO CARNICO 1
TREPPO GRANDE 1
TRICESIMO 1
TRIESTE 1
TRIVIGNANO UDINESE 1
TURRIACO 1
UDINE 1
VAJONT 1
VALVASONE 1
VARMO 1
VENZONE 1
VERZEGNIS 1
VILLA SANTINA 1
VILLA VICENTINA 1
VILLESSE 1
VISCO 1
VITO D'ASIO 1
VIVARO 1
ZOPPOLA 1
ZUGLIO 1

REGIONE LAZIO

ACCUMOLI 1
ACQUAFONDATA 1
ACQUAPENDENTE 1
ACUTO 1
AFFILE 1
AGOSTA 1
ALATRI 1
ALBANO LAZIALE 1
ALLUMIERE 1
ALVITO 1
AMASENO 1
AMATRICE 1
ANAGNI 1
ANGUILLARA SABAZIA 1
ANTICOLI CORRADO 1
ANTRODOCO 1
ANZIO 1
APRILIA 1
AQUINO 1
ARCE 1
ARCINAZZO ROMANO 1
ARDEA 1
ARICCIA 1
ARLENA DI CASTRO 1
ARNARA 1
ARPINO 1
ARSOLI 1
ARTENA 1
ASCREA 1
ATINA 1
AUSONIA 1
BAGNOREGIO 1
BARBARANO ROMANO 1
BASSANO IN TEVERINA 1
BASSANO ROMANO 1
BASSIANO 1
BELLEGRA 1
BELMONTE CASTELLO 1
BELMONTE IN SABINA 1
BLERA 1
BOLSENA 1
BOMARZO 1
BORBONA 1
BORGO VELINO 1
BORGOROSE 1
BOVILLE ERNICA 1
BRACCIANO 1
BROCCOSTELLA 1
CALCATA 1
CAMERATA NUOVA 1
CAMPAGNANO DI ROMA 1
CAMPODIMELE 1
CAMPOLI APPENNINO 1
CANALE MONTERANO 1
CANEPINA 1
CANINO 1
CANTALICE 1
CANTALUPO IN SABINA 1
CANTERANO 1
CAPENA 1
CAPODIMONTE 1
CAPRANICA 1
CAPRANICA PRENESTINA 1
CAPRAROLA 1
CARBOGNANO 1
CARPINETO ROMANO 1
CASALATTICO 1
CASALVIERI 1
CASAPE 1
CASAPROTA 1
CASPERIA 1
CASSINO 1
CASTEL DI TORA 1
CASTEL GANDOLFO 1
CASTEL MADAMA 1
CASTEL SAN PIETRO ROMANO 1
CASTEL SANT'ANGELO 1
CASTEL SANT'ELIA 1
CASTELFORTE 1
CASTELLIRI 1
CASTELNUOVO DI FARFA 1
CASTELNUOVO DI PORTO 1
CASTELNUOVO PARANO 1
CASTIGLIONE IN TEVERINA 1
CASTRO DEI VOLSCI 1
CASTROCIELO 1
CAVE 1
CECCANO 1
CELLENO 1
CELLERE 1
CEPRANO 1
CERRETO LAZIALE 1
CERVARA DI ROMA 1
CERVARO 1
CERVETERI 1
CIAMPINO 1
CICILIANO 1
CINETO ROMANO 1
CISTERNA DI LATINA 1
CITTADUCALE 1
CITTAREALE 1
CIVITA CASTELLANA 1
CIVITAVECCHIA 1
CIVITELLA D'AGLIANO 1
CIVITELLA SAN PAOLO 1
COLFELICE 1
COLLALTO SABINO 1
COLLE DI TORA 1
COLLE SAN MAGNO 1
COLLEFERRO 1
COLLEGIOVE 1
COLLEPARDO 1
COLLEVECCHIO 1
COLLI SUL VELINO 1
COLONNA 1
CONCERVIANO 1
CONFIGNI 1
CONTIGLIANO 1
CORCHIANO 1
CORENO AUSONIO 1
CORI 1
COTTANELLO 1
ESPERIA 1
FABRICA DI ROMA 1
FALERIA 1
FALVATERRA 1
FARA IN SABINA 1
FARNESE 1
FERENTINO 1
FIAMIGNANO 1
FIANO ROMANO 1
FILACCIANO 1
FILETTINO 1
FIUGGI 1
FIUMICINO 1
FONDI 1
FONTANA LIRI 1
FONTECHIARI 1
FORANO 1
FORMELLO 1
FORMIA 1
FRASCATI 1
FRASSO SABINO 1
FROSINONE 1
FUMONE 1
GAETA 1
GALLESE 1
GALLICANO NEL LAZIO 1
GALLINARO 1
GAVIGNANO 1
GENAZZANO 1
GENZANO DI ROMA 1
GERANO 1
GIULIANO DI ROMA 1
GORGA 1
GRADOLI 1
GRAFFIGNANO 1
GRECCIO 1
GROTTAFERRATA 1
GROTTE DI CASTRO 1
GUARCINO 1
GUIDONIA MONTECELIO 1
ISCHIA DI CASTRO 1
ISOLA DEL LIRI 1
ITRI 1
JENNE 1
LABICO 1
LABRO 1
LADISPOLI 1
LANUVIO 1
LARIANO 1
LATERA 1
LATINA 1
LENOLA 1
LEONESSA 1
LICENZA 1
LONGONE SABINO 1
LUBRIANO 1
MAENZA 1
MAGLIANO ROMANO 1
MAGLIANO SABINA 1
MANDELA 1
MANZIANA 1
MARANO EQUO 1
MARCELLINA 1
MARCETELLI 1
MARINO 1
MARTA 1
MAZZANO ROMANO 1
MENTANA 1
MICIGLIANO 1
MINTURNO 1
MOMPEO 1
MONTALTO DI CASTRO 1
MONTASOLA 1
MONTE PORZIO CATONE 1
MONTE ROMANO 1
MONTE SAN BIAGIO 1
MONTE SAN GIOVANNI CAMPANO 1
MONTE SAN GIOVANNI IN SABINA 1
MONTEBUONO 1
MONTECOMPATRI 1
MONTEFIASCONE 1
MONTEFLAVIO 1
MONTELANICO 1
MONTELEONE SABINO 1
MONTELIBRETTI 1
MONTENERO SABINO 1
MONTEROSI 1
MONTEROTONDO 1
MONTOPOLI DI SABINA 1
MONTORIO ROMANO 1
MORICONE 1
MORLUPO 1
MOROLO 1
MORRO REATINO 1
NAZZANO 1
NEMI 1
NEPI 1
NEROLA 1
NESPOLO 1
NETTUNO 1
NORMA 1
OLEVANO ROMANO 1
ONANO 1
ORIOLO ROMANO 1
ORTE 1
ORVINIO 1
PAGANICO 1
PALESTRINA 1
PALIANO 1
PALOMBARA SABINA 1
PASTENA 1
PATRICA 1
PERCILE 1
PESCOROCCHIANO 1
PESCOSOLIDO 1
PETRELLA SALTO 1
PIANSANO 1
PICINISCO 1
PICO 1
PIEDIMONTE SAN GERMANO 1
PIGLIO 1
PIGNATARO INTERAMNA 1
PISONIANO 1
POFI 1
POGGIO BUSTONE 1
POGGIO CATINO 1
POGGIO MIRTETO 1
POGGIO MOIANO 1
POGGIO NATIVO 1
POGGIO SAN LORENZO 1
POLI 1
POMEZIA 1
PONTECORVO 1
PONTINIA 1
PONZA 1
PONZANO ROMANO 1
POSTA 1
POSTA FIBRENO 1
POZZAGLIA SABINA 1
PRIVERNO 1
PROCENO 1
PROSSEDI 1
RIANO 1
RIETI 1
RIGNANO FLAMINIO 1
RIOFREDDO 1
RIPI 1
RIVODUTRI 1
ROCCA CANTERANO 1
ROCCA D'ARCE 1
ROCCA DI CAVE 1
ROCCA DI PAPA 1
ROCCA MASSIMA 1
ROCCA PRIORA 1
ROCCA SANTO STEFANO 1
ROCCA SINIBALDA 1
ROCCAGIOVINE 1
ROCCAGORGA 1
ROCCANTICA 1
ROCCASECCA 1
ROCCASECCA DEI VOLSCI 1
ROIATE 1
ROMA 1
RONCIGLIONE 1
ROVIANO 1
SABAUDIA 1
SACROFANO 1
SALISANO 1
SAMBUCI 1
SAN BIAGIO SARACINISCO 1
SAN CESAREO 1
SAN DONATO VAL DI COMINO 1
SAN FELICE CIRCEO 1
SAN GIORGIO A LIRI 1
SAN GIOVANNI INCARICO 1
SAN GREGORIO DA SASSOLA 1
SAN LORENZO NUOVO 1
SAN POLO DEI CAVALIERI 1
SAN VITO ROMANO 1
SAN VITTORE DEL LAZIO 1
SANTA MARINELLA 1
SANT'AMBROGIO SUL GARIGLIANO 1
SANT'ANDREA DEL GARIGLIANO 1
SANT'ANGELO ROMANO 1
SANT'APOLLINARE 1
SANT'ELIA FIUMERAPIDO 1
SANTI COSMA E DAMIANO 1
SANTOPADRE 1
SANT'ORESTE 1
SARACINESCO 1
SCANDRIGLIA 1
SEGNI 1
SELCI 1
SERMONETA 1
SERRONE 1
SETTEFRATI 1
SEZZE 1
SGURGOLA 1
SONNINO 1
SORA 1
SORIANO NEL CIMINO 1
SPERLONGA 1
SPIGNO SATURNIA 1
STIMIGLIANO 1
STRANGOLAGALLI 1
SUBIACO 1
SUPINO 1
SUTRI 1
TARANO 1
TARQUINIA 1
TERELLE 1
TERRACINA 1
TESSENNANO 1
TIVOLI 1
TOFFIA 1
TOLFA 1
TORRE CAJETANI 1
TORRI IN SABINA 1
TORRICE 1
TORRICELLA IN SABINA 1
TORRITA TIBERINA 1
TREVI NEL LAZIO 1
TREVIGNANO ROMANO 1
TRIVIGLIANO 1
TURANIA 1
TUSCANIA 1
VACONE 1
VALENTANO 1
VALLECORSA 1
VALLEMAIO 1
VALLEPIETRA 1
VALLERANO 1
VALLEROTONDA 1
VALLINFREDA 1
VALMONTONE 1
VARCO SABINO 1
VASANELLO 1
VEIANO 1
VELLETRI 1
VENTOTENE 1
VEROLI 1
VETRALLA 1
VICALVI 1
VICO NEL LAZIO 1
VICOVARO 1
VIGNANELLO 1
VILLA LATINA 1

Territorialità del comparto manifatturiero
del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

VILLA SAN GIOVANNI IN TUSCIA 1
VILLA SANTA LUCIA 1
VILLA SANTO STEFANO 1
VITERBO 1
VITICUSO 1
VITORCHIANO 1
VIVARO ROMANO 1
ZAGAROLO 1

REGIONE LIGURIA

AIROLE 1
ALASSIO 1
ALBENGA 1
ALBISOLA MARINA 1
ALBISOLA SUPERIORE 1
ALTARE 1
AMEGLIA 1
ANDORA 1
APRICALE 1
AQUILA DI ARROSCIA 1
ARCOLA 1
ARENZANO 1
ARMO 1
ARNASCO 1
AURIGO 1
AVEGNO 1
BADALUCCO 1
BAIARDO 1
BALESTRINO 1
BARDINETO 1
BARGAGLI 1
BERGEGGI 1
BEVERINO 1
BOGLIASCO 1
BOISSANO 1
BOLANO 1
BONASSOLA 1
BORDIGHERA 1
BORGHETTO D'ARROSCIA 1
BORGHETTO DI VARA 1
BORGHETTO SANTO SPIRITO 1
BORGIO VEREZZI 1
BORGOMARO 1
BORMIDA 1
BORZONASCA 1
BRUGNATO 1
BUSALLA 1
CAIRO MONTENOTTE 1
CALICE AL CORNOVIGLIO 1
CALICE LIGURE 1
CALIZZANO 1
CAMOGLI 1
CAMPO LIGURE 1
CAMPOMORONE 1
CAMPOROSSO 1
CARASCO 1
CARAVONICA 1
CARCARE 1
CARPASIO 1
CARRO 1
CARRODANO 1
CASANOVA LERRONE 1
CASARZA LIGURE 1
CASELLA 1
CASTEL VITTORIO 1
CASTELBIANCO 1
CASTELLARO 1
CASTELNUOVO MAGRA 1
CASTELVECCHIO DI ROCCA BARBENA 1
CASTIGLIONE CHIAVARESE 1
CELLE LIGURE 1
CENGIO 1
CERANESI 1
CERIALE 1
CERIANA 1
CERVO 1
CESIO 1
CHIAVARI 1
CHIUSANICO 1
CHIUSAVECCHIA 1
CICAGNA 1
CIPRESSA 1
CISANO SUL NEVA 1
CIVEZZA 1
COGOLETO 1
COGORNO 1
COREGLIA LIGURE 1
COSIO DI ARROSCIA 1
COSSERIA 1
COSTARAINERA 1
CROCEFIESCHI 1
DAVAGNA 1
DEGO 1
DEIVA MARINA 1
DIANO ARENTINO 1
DIANO CASTELLO 1
DIANO MARINA 1
DIANO SAN PIETRO 1
DOLCEACQUA 1
DOLCEDO 1
ERLI 1
FASCIA 1
FAVALE DI MALVARO 1
FINALE LIGURE 1
FOLLO 1
FONTANIGORDA 1
FRAMURA 1
GARLENDA 1
GENOVA 1
GIUSTENICE 1
GIUSVALLA 1
GORRETO 1
IMPERIA 1
ISOLA DEL CANTONE 1
ISOLABONA 1
LA SPEZIA 1
LAIGUEGLIA 1
LAVAGNA 1
LEIVI 1
LERICI 1
LEVANTO 1
LOANO 1
LORSICA 1
LUCINASCO 1
LUMARZO 1
MAGLIOLO 1
MAISSANA 1
MALLARE 1
MASONE 1
MASSIMINO 1
MELE 1
MENDATICA 1
MEZZANEGO 1
MIGNANEGO 1
MILLESIMO 1
MIOGLIA 1
MOCONESI 1
MOLINI DI TRIORA 1
MONEGLIA 1
MONTALTO LIGURE 1
MONTEBRUNO 1
MONTEGROSSO PIAN LATTE 1
MONTEROSSO AL MARE 1
MONTOGGIO 1
MURIALDO 1
NASINO 1
NE 1
NEIRONE 1
NOLI 1
OLIVETTA SAN MICHELE 1
ONZO 1
ORCO FEGLINO 1
ORERO 1
ORTONOVO 1
ORTOVERO 1
OSIGLIA 1
OSPEDALETTI 1
PALLARE 1
PERINALDO 1
PIANA CRIXIA 1
PIETRA LIGURE 1
PIETRABRUNA 1
PIEVE DI TECO 1
PIEVE LIGURE 1
PIGNA 1
PIGNONE 1
PLODIO 1
POMPEIANA 1
PONTEDASSIO 1
PONTINVREA 1
PORNASSIO 1
PORTOFINO 1
PORTOVENERE 1
PRELA' 1
PROPATA 1
QUILIANO 1
RANZO 1
RAPALLO 1
RECCO 1
REZZO 1
REZZOAGLIO 1
RIALTO 1
RICCO' DEL GOLFO DI SPEZIA 1
RIOMAGGIORE 1
RIVA LIGURE 1
ROCCAVIGNALE 1
ROCCHETTA DI VARA 1
ROCCHETTA NERVINA 1
RONCO SCRIVIA 1
RONDANINA 1
ROSSIGLIONE 1
ROVEGNO 1
SAN BARTOLOMEO AL MARE 1
SAN BIAGIO DELLA CIMA 1
SAN COLOMBANO CERTENOLI 1
SAN LORENZO AL MARE 1
SAN REMO 1
SANTA MARGHERITA LIGURE 1
SANTO STEFANO AL MARE 1
SANTO STEFANO D'AVETO 1
SANTO STEFANO DI MAGRA 1
SANT'OLCESE 1
SARZANA 1
SASSELLO 1
SAVIGNONE 1
SAVONA 1
SEBORGA 1
SERRA RICCO' 1
SESTA GODANO 1
SESTRI LEVANTE 1
SOLDANO 1
SORI 1
SPOTORNO 1
STELLA 1
STELLANELLO 1
TAGGIA 1
TERZORIO 1
TESTICO 1
TIGLIETO 1
TOIRANO 1
TORRIGLIA 1
TOVO SAN GIACOMO 1
TRIBOGNA 1
TRIORA 1
URBE 1
USCIO 1
VADO LIGURE 1
VALBREVENNA 1
VALLEBONA 1
VALLECROSIA 1
VARAZZE 1
VARESE LIGURE 1
VASIA 1
VENDONE 1
VENTIMIGLIA 1
VERNAZZA 1
VESSALICO 1
VEZZANO LIGURE 1
VEZZI PORTIO 1
VILLA FARALDI 1
VILLANOVA D'ALBENGA 1
VOBBIA 1
ZIGNAGO 1
ZOAGLI 1
ZUCCARELLO 1

REGIONE LOMBARDIA

ABBADIA CERRETO 1
ABBADIA LARIANA 1
ABBIATEGRASSO 1
ACQUAFREDDA 1
ACQUANEGRA CREMONESE 1
ACQUANEGRA SUL CHIESE 1
ADRARA SAN MARTINO 1
ADRARA SAN ROCCO 1
ADRO 1
AGNADELLO 1
AGNOSINE 1
AGRA 1
AGRATE BRIANZA 1
AICURZIO 1
AIRUNO 1
ALAGNA 1
ALBAIRATE 1
ALBANO SANT'ALESSANDRO 1
ALBAREDO ARNABOLDI 1
ALBAREDO PER SAN MARCO 1
ALBAVILLA 1
ALBESE CON CASSANO 1
ALBIATE 1
ALBINO 1
ALBIOLO 1
ALBIZZATE 1
ALBONESE 1
ALBOSAGGIA 1
ALBUZZANO 1
ALFIANELLO 1
ALGUA 1
ALME' 1
ALMENNO SAN BARTOLOMEO 1
ALMENNO SAN SALVATORE 1
ALSERIO 1
ALZANO LOMBARDO 1
ALZATE BRIANZA 1
AMBIVERE 1
ANDALO VALTELLINO 1
ANFO 1
ANGERA 1
ANGOLO TERME 1
ANNICCO 1
ANNONE DI BRIANZA 1
ANTEGNATE 1
ANZANO DEL PARCO 1
APPIANO GENTILE 1
APRICA 1
ARCENE 1
ARCISATE 1
ARCONATE 1
ARCORE 1
ARDENNO 1
ARDESIO 1
ARENA PO 1
ARESE 1
ARGEGNO 1
ARLUNO 1
AROSIO 1
ARSAGO SEPRIO 1
ARTOGNE 1
ARZAGO D'ADDA 1
ASOLA 1
ASSAGO 1
ASSO 1
AVERARA 1
AVIATICO 1
AZZANELLO 1
AZZANO MELLA 1
AZZANO SAN PAOLO 1
AZZATE 1
AZZIO 1
AZZONE 1
BADIA PAVESE 1
BAGNARIA 1
BAGNATICA 1
BAGNOLO CREMASCO 1
BAGNOLO MELLA 1
BAGNOLO SAN VITO 1
BAGOLINO 1
BALLABIO 1
BARASSO 1
BARBARIGA 1
BARBATA 1
BARBIANELLO 1
BARDELLO 1
BAREGGIO 1
BARGHE 1
BARIANO 1
BARLASSINA 1
BARNI 1
BARZAGO 1
BARZANA 1
BARZANO' 1
BARZIO 1
BASCAPE' 1
BASIANO 1
BASIGLIO 1
BASSANO BRESCIANO 1
BASTIDA DE' DOSSI 1
BASTIDA PANCARANA 1
BATTUDA 1
BEDERO VALCUVIA 1
BEDIZZOLE 1
BEDULITA 1
BELGIOIOSO 1
BELLAGIO 1
BELLANO 1
BELLINZAGO LOMBARDO 1
BELLUSCO 1
BEMA 1
BENE LARIO 1
BERBENNO 1
BERBENNO DI VALTELLINA 1
BEREGAZZO CON FIGLIARO 1
BEREGUARDO 1
BERGAMO 1
BERLINGO 1
BERNAREGGIO 1
BERNATE TICINO 1
BERTONICO 1
BERZO DEMO 1
BERZO INFERIORE 1
BERZO SAN FERMO 1
BESANA IN BRIANZA 1
BESANO 1
BESATE 1
BESNATE 1
BESOZZO 1
BIANDRONNO 1
BIANZANO 1
BIANZONE 1
BIASSONO 1
BIENNO 1
BIGARELLO 1
BINAGO 1
BINASCO 1
BIONE 1
BISUSCHIO 1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Comune	Gruppo
BIZZARONE	1
BIELLO	1
BLESSAGNO	1
BLEVIO	1
BODIO LOMNAGO	1
BOFFALORA D'ADDA	1
BOFFALORA SOPRA TICINO	1
BOLGARE	1
BOLLATE	1
BOLTIERE	1
BONATE SOPRA	1
BONATE SOTTO	1
BONEMERSE	1
BORDOLANO	1
BORGARELLO	1
BORGHETTO LODIGIANO	1
BORGO DI TERZO	1
BORGO PRIOLO	1
BORGO SAN GIACOMO	1
BORGO SAN GIOVANNI	1
BORGO SAN SIRO	1
BORGOFORTE	1
BORGOFRANCO SUL PO	1
BORGORATTO MORMOROLO	1
BORGOSATOLLO	1
BORMIO	1
BORNASCO	1
BORNO	1
BOSISIO PARINI	1
BOSNASCO	1
BOSSICO	1
BOTTANUCO	1
BOTTICINO	1
BOVEGNO	1
BOVEZZO	1
BOVISIO-MASCIAGO	1
BOZZOLO	1
BRACCA	1
BRALLO DI PREGOLA	1
BRANDICO	1
BRANZI	1
BRAONE	1
BREBBIA	1
BREGANO	1
BREGNANO	1
BREMBATE	1
BREMBATE DI SOPRA	1
BREMBILLA	1
BREMBIO	1
BREME	1
BRENNA	1
BRENO	1
BRENTA	1
BRESCIA	1
BRESSANA BOTTARONE	1
BRESSO	1
BREZZO DI BEDERO	1
BRIENNO	1
BRIGNANO GERA D'ADDA	1
BRINZIO	1
BRIONE	1
BRIOSCO	1
BRISSAGO-VALTRAVAGLIA	1
BRIVIO	1
BRONI	1
BRUGHERIO	1
BRUMANO	1
BRUNATE	1
BRUNELLO	1
BRUSAPORTO	1
BRUSIMPIANO	1
BUBBIANO	1
BUCCINASCO	1
BUGLIO IN MONTE	1
BUGUGGIATE	1
BULCIAGO	1
BULGAROGRASSO	1
BURAGO DI MOLGORA	1
BUSCATE	1
BUSNAGO	1
BUSSERO	1
BUSTO ARSIZIO	1
BUSTO GAROLFO	1
CA' D'ANDREA	1
CABIATE	1
CADEGLIANO-VICONAGO	1
CADORAGO	1
CADREZZATE	1
CAGLIO	1
CAGNO	1
CAINO	1
CAIOLO	1
CAIRATE	1
CALCINATE	1
CALCINATO	1
CALCIO	1
CALCO	1
CALOLZIOCORTE	1
CALUSCO D'ADDA	1
CALVAGESE DELLA RIVIERA	1
CALVATONE	1
CALVENZANO	1
CALVIGNANO	1
CALVIGNASCO	1
CALVISANO	1
CAMAIRAGO	1
CAMBIAGO	1
CAMERATA CORNELLO	1
CAMISANO	1
CAMPAGNOLA CREMASCA	1
CAMPARADA	1
CAMPIONE D'ITALIA	1
CAMPODOLCINO	1
CAMPOSPINOSO	1
CANDIA LOMELLINA	1
CANEGRATE	1
CANEVINO	1
CANNETO PAVESE	1
CANNETO SULL'OGLIO	1
CANONICA D'ADDA	1
CANTELLO	1
CANTU'	1
CANZO	1
CAPERGNANICA	1
CAPIAGO INTIMIANO	1
CAPIZZONE	1
CAPO DI PONTE	1
CAPONAGO	1
CAPOVALLE	1
CAPPELLA CANTONE	1
CAPPELLA DE' PICENARDI	1
CAPRALBA	1
CAPRIANO DEL COLLE	1
CAPRIATE SAN GERVASIO	1
CAPRINO BERGAMASCO	1
CAPRIOLO	1
CARATE BRIANZA	1
CARATE URIO	1
CARAVAGGIO	1
CARAVATE	1
CARBONARA AL TICINO	1
CARBONARA DI PO	1
CARBONATE	1
CARDANO AL CAMPO	1
CARENNO	1
CARIMATE	1
CARLAZZO	1
CARNAGO	1
CARNATE	1
CAROBBIO DEGLI ANGELI	1
CARONA	1
CARONNO PERTUSELLA	1
CARONNO VARESINO	1
CARPENEDOLO	1
CARPIANO	1
CARUGATE	1
CARUGO	1
CARVICO	1
CASALBUTTANO ED UNITI	1
CASALE CREMASCO-VIDOLASCO	1
CASALE LITTA	1
CASALETTO CEREDANO	1
CASALETTO DI SOPRA	1
CASALETTO LODIGIANO	1
CASALETTO VAPRIO	1
CASALMAGGIORE	1
CASALMAIOCCO	1
CASALMORANO	1
CASALMORO	1
CASALOLDO	1
CASALPUSTERLENGO	1
CASALROMANO	1
CASALZUIGNO	1
CASANOVA LONATI	1
CASARGO	1
CASARILE	1
CASASCO D'INTELVI	1
CASATENOVO	1
CASATISMA	1
CASAZZA	1
CASCIAGO	1
CASEI GEROLA	1
CASELLE LANDI	1
CASELLE LURANI	1
CASIRATE D'ADDA	1
CASLINO D'ERBA	1
CASNATE CON BERNATE	1
CASNIGO	1
CASORATE PRIMO	1
CASORATE SEMPIONE	1
CASOREZZO	1
CASPOGGIO	1
CASSAGO BRIANZA	1
CASSANO D'ADDA	1
CASSANO MAGNAGO	1
CASSANO VALCUVIA	1
CASSIGLIO	1
CASSINA DE' PECCHI	1
CASSINA RIZZARDI	1
CASSINA VALSASSINA	1
CASSINETTA DI LUGAGNANO	1
CASSOLNOVO	1
CASTANA	1
CASTANO PRIMO	1
CASTEGGIO	1
CASTEGNATO	1
CASTEL D'ARIO	1
CASTEL GABBIANO	1
CASTEL GOFFREDO	1
CASTEL MELLA	1
CASTEL ROZZONE	1
CASTELBELFORTE	1
CASTELCOVATI	1
CASTELDIDONE	1
CASTELLANZA	1
CASTELLEONE	1
CASTELLETTO DI BRANDUZZO	1
CASTELLI CALEPIO	1
CASTELLO CABIAGLIO	1
CASTELLO D'AGOGNA	1
CASTELLO DELL'ACQUA	1
CASTELLO DI BRIANZA	1
CASTELLUCCHIO	1
CASTELMARTE	1
CASTELNOVETTO	1
CASTELNUOVO BOCCA D'ADDA	1
CASTELNUOVO BOZZENTE	1
CASTELSEPRIO	1
CASTELVECCANA	1
CASTELVERDE	1
CASTELVISCONTI	1
CASTENEDOLO	1
CASTIGLIONE D'ADDA	1
CASTIGLIONE DELLE STIVIERE	1
CASTIGLIONE D'INTELVI	1
CASTIGLIONE OLONA	1
CASTIONE ANDEVENNO	1
CASTIONE DELLA PRESOLANA	1
CASTIRAGA VIDARDO	1
CASTO	1
CASTREZZATO	1
CASTRO	1
CASTRONNO	1
CAVA MANARA	1
CAVACURTA	1
CAVALLASCA	1
CAVARGNA	1
CAVARIA CON PREMEZZO	1
CAVENAGO D'ADDA	1
CAVENAGO DI BRIANZA	1
CAVERNAGO	1
CAVRIANA	1
CAZZAGO BRABBIA	1
CAZZAGO SAN MARTINO	1
CAZZANO SANT'ANDREA	1
CECIMA	1
CEDEGOLO	1
CEDRASCO	1
CELLA DATI	1
CELLATICA	1
CENATE SOPRA	1
CENATE SOTTO	1
CENE	1
CERANO D'INTELVI	1
CERANOVA	1
CERCINO	1
CERESARA	1
CERETE	1
CERETTO LOMELLINA	1
CERGNAGO	1
CERIANO LAGHETTO	1
CERMENATE	1
CERNOBBIO	1
CERNUSCO LOMBARDONE	1
CERNUSCO SUL NAVIGLIO	1
CERRO AL LAMBRO	1
CERRO MAGGIORE	1
CERTOSA DI PAVIA	1
CERVENO	1
CERVESINA	1
CERVIGNANO D'ADDA	1
CESANA BRIANZA	1
CESANO BOSCONE	1
CESANO MADERNO	1
CESATE	1
CETO	1
CEVO	1
CHIARI	1
CHIAVENNA	1
CHIESA IN VALMALENCO	1
CHIEVE	1
CHIGNOLO D'ISOLA	1
CHIGNOLO PO	1
CHIUDUNO	1
CHIURO	1
CICOGNOLO	1
CIGOGNOLA	1
CIGOLE	1
CILAVEGNA	1
CIMBERGO	1
CINGIA DE' BOTTI	1
CINISELLO BALSAMO	1
CINO	1
CIRIMIDO	1
CISANO BERGAMASCO	1
CISERANO	1
CISLAGO	1
CISLIANO	1
CITTIGLIO	1
CIVATE	1
CIVENNA	1
CIVIDATE AL PIANO	1
CIVIDATE CAMUNO	1
CIVO	1
CLAINO CON OSTENO	1
CLIVIO	1
CLUSONE	1
COCCAGLIO	1
COCQUIO-TREVISAGO	1
CODEVILLA	1
CODOGNO	1
COGLIATE	1
COLERE	1
COLICO	1
COLLE BRIANZA	1
COLLEBEATO	1
COLLIO	1
COLOGNE	1
COLOGNO AL SERIO	1
COLOGNO MONZESE	1
COLONNO	1
COLORINA	1
COLTURANO	1
COLZATE	1
COMABBIO	1
COMAZZO	1
COMERIO	1
COMEZZANO-CIZZAGO	1
COMMESSAGGIO	1
COMO	1
COMUN NUOVO	1
CONCESIO	1
CONCOREZZO	1
CONFIENZA	1
CONSIGLIO DI RUMO	1
COPIANO	1
CORANA	1
CORBETTA	1
CORMANO	1
CORNA IMAGNA	1
CORNALBA	1
CORNALE	1
CORNAREDO	1
CORNATE D'ADDA	1
CORNEGLIANO LAUDENSE	1
CORNO GIOVINE	1
CORNOVECCHIO	1
CORREZZANA	1
CORRIDO	1
CORSICO	1
CORTE DE' CORTESI CON CIGNONE	1
CORTE DE' FRATI	1
CORTE FRANCA	1
CORTE PALASIO	1
CORTENO GOLGI	1
CORTENOVA (BG)	1
CORTENOVA (LC)	1
CORTEOLONA	1
CORVINO SAN QUIRICO	1
CORZANO	1
COSIO VALTELLINO	1
COSTA DE' NOBILI	1
COSTA DI MEZZATE	1
COSTA DI SERINA	1
COSTA MASNAGA	1
COSTA VALLE IMAGNA	1
COSTA VOLPINO	1
COVO	1
COZZO	1
CRANDOLA VALSASSINA	1
CREDARO	1
CREDERA RUBBIANO	1
CREMA	1
CREMELLA	1
CREMENAGA	1
CREMENO	1
CREMIA	1
CREMONA	1
CREMOSANO	1
CRESPIATICA	1
CROSIO DELLA VALLE	1
CROTTA D'ADDA	1
CUASSO AL MONTE	1
CUCCIAGO	1
CUGGIONO	1
CUGLIATE-FABIASCO	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

CUMIGNANO SUL NAVIGLIO	1
CUNARDO	1
CURA CARPIGNANO	1
CURIGLIA CON MONTEVIASCO	1
CURNO	1
CURTATONE	1
CUSAGO	1
CUSANO MILANINO	1
CUSINO	1
CUSIO	1
CUVEGLIO	1
CUVIO	1
DAIRAGO	1
DALMINE	1
DARFO BOARIO TERME	1
DAVERIO	1
DAZIO	1
DELEBIO	1
DELLO	1
DEROVERE	1
DERVIO	1
DESENZANO DEL GARDA	1
DESIO	1
DIZZASCO	1
DOLZAGO	1
DOMASO	1
DONGO	1
DORIO	1
DORNO	1
DOSOLO	1
DOSSENA	1
DOSSO DEL LIRO	1
DOVERA	1
DRESANO	1
DREZZO	1
DRIZZONA	1
DUBINO	1
DUMENZA	1
DUNO	1
EDOLO	1
ELLO	1
ENDINE GAIANO	1
ENTRATICO	1
ERBA	1
ERBUSCO	1
ERVE	1
ESINE	1
ESINO LARIO	1
EUPILIO	1
FAEDO VALTELLINO	1
FAGGETO LARIO	1
FAGNANO OLONA	1
FALOPPIO	1
FARA GERA D'ADDA	1
FARA OLIVANA CON SOLA	1
FELONICA	1
FENEGRO'	1
FERNO	1
FERRERA DI VARESE	1
FERRERA ERBOGNONE	1
FIESCO	1
FIESSE	1
FIGINO SERENZA	1
FILAGO	1
FILIGHERA	1
FINO DEL MONTE	1
FINO MORNASCO	1
FIORANO AL SERIO	1
FLERO	1
FOMBIO	1
FONTANELLA	1
FONTENO	1
FOPPOLO	1
FORCOLA	1
FORESTO SPARSO	1
FORMIGARA	1
FORNOVO SAN GIOVANNI	1
FORTUNAGO	1
FRASCAROLO	1
FUIPIANO VALLE IMAGNA	1
FUSINE	1
GABBIONETA BINANUOVA	1
GADESCO-PIEVE DELMONA	1
GAGGIANO	1
GALBIATE	1
GALGAGNANO	1
GALLARATE	1
GALLIATE LOMBARDO	1
GALLIAVOLA	1
GAMBARA	1
GAMBARANA	1
GAMBOLO'	1
GANDELLINO	1
GANDINO	1
GANDOSSO	1
GARBAGNATE MILANESE	1
GARBAGNATE MONASTERO	1
GARDONE RIVIERA	1
GARDONE VAL TROMPIA	1
GARGNANO	1
GARLASCO	1
GARLATE	1
GARZENO	1
GAVARDO	1
GAVERINA TERME	1
GAVIRATE	1
GAZOLDO DEGLI IPPOLITI	1
GAZZADA SCHIANNO	1
GAZZANIGA	1
GAZZUOLO	1
GEMONIO	1
GENIVOLTA	1
GENZONE	1
GERA LARIO	1
GERENZAGO	1
GERENZANO	1
GERMASINO	1
GERMIGNAGA	1
GEROLA ALTA	1
GEROSA	1
GERRE DE'CAPRIOLI	1
GESSATE	1
GHEDI	1
GHISALBA	1
GIANICO	1
GIRONICO	1
GIUSSAGO	1
GIUSSANO	1
GODIASCO	1
GOITO	1
GOLASECCA	1
GOLFERENZO	1
GOMBITO	1
GONZAGA	1
GORDONA	1
GORGONZOLA	1
GORLA MAGGIORE	1
GORLA MINORE	1
GORLAGO	1
GORLE	1
GORNATE-OLONA	1
GORNO	1
GOTTOLENGO	1
GRAFFIGNANA	1
GRANDATE	1
GRANDOLA ED UNITI	1
GRANTOLA	1
GRASSOBBIO	1
GRAVEDONA	1
GRAVELLONA LOMELLINA	1
GREZZAGO	1
GRIANTE	1
GROMO	1
GRONE	1
GRONTARDO	1
GROPELLO CAIROLI	1
GROSIO	1
GROSOTTO	1
GRUMELLO CREMONESE ED UNITI	1
GRUMELLO DEL MONTE	1
GUANZATE	1
GUARDAMIGLIO	1
GUDO VISCONTI	1
GUIDIZZOLO	1
GUSSAGO	1
GUSSOLA	1
IDRO	1
IMBERSAGO	1
INARZO	1
INCUDINE	1
INDUNO OLONA	1
INTROBIO	1
INTROZZO	1
INVERIGO	1
INVERNO E MONTELEONE	1
INVERUNO	1
INZAGO	1
IRMA	1
ISEO	1
ISOLA DI FONDRA	1
ISOLA DOVARESE	1
ISORELLA	1
ISPRA	1
ISSO	1
IZANO	1
JERAGO CON ORAGO	1
LACCHIARELLA	1
LAGLIO	1
LAINATE	1
LAINO	1
LALLIO	1
LAMBRUGO	1
LANDRIANO	1
LANGOSCO	1
LANZADA	1
LANZO D'INTELVI	1
LARDIRAGO	1
LASNIGO	1
LAVENA PONTE TRESA	1
LAVENO-MOMBELLO	1
LAVENONE	1
LAZZATE	1
LECCO	1
LEFFE	1
LEGGIUNO	1
LEGNANO	1
LENNA	1
LENNO	1
LENO	1
LENTATE SUL SEVESO	1
LESMO	1
LEVATE	1
LEZZENO	1
LIERNA	1
LIMBIATE	1
LIMIDO COMASCO	1
LIMONE SUL GARDA	1
LINAROLO	1
LIPOMO	1
LIRIO	1
LISCATE	1
LISSONE	1
LIVIGNO	1
LIVO	1
LIVRAGA	1
LOCATE DI TRIULZI	1
LOCATE VARESINO	1
LOCATELLO	1
LODI	1
LODI VECCHIO	1
LODRINO	1
LOGRATO	1
LOMAGNA	1
LOMAZZO	1
LOMELLO	1
LONATE CEPPINO	1
LONATE POZZOLO	1
LONATO	1
LONGHENA	1
LONGONE AL SEGRINO	1
LOSINE	1
LOVERE	1
LOVERO	1
LOZIO	1
LOZZA	1
LUINO	1
LUISAGO	1
LUMEZZANE	1
LUNGAVILLA	1
LURAGO D'ERBA	1
LURAGO MARINONE	1
LURANO	1
LURATE CACCIVIO	1
LUVINATE	1
LUZZANA	1
MACCAGNO	1
MACCASTORNA	1
MACHERIO	1
MACLODIO	1
MADESIMO	1
MADIGNANO	1
MADONE	1
MAGASA	1
MAGENTA	1
MAGHERNO	1
MAGNACAVALLO	1
MAGNAGO	1
MAGREGLIO	1
MAIRAGO	1
MAIRANO	1
MALAGNINO	1
MALEGNO	1
MALEO	1
MALGESSO	1
MALGRATE	1
MALNATE	1
MALONNO	1
MANDELLO DEL LARIO	1
MANERBA DEL GARDA	1
MANERBIO	1
MANTELLO	1
MANTOVA	1
MAPELLO	1
MARCALLO CON CASONE	1
MARCARIA	1
MARCHENO	1
MARCHIROLO	1
MARCIGNAGO	1
MARGNO	1
MARIANA MANTOVANA	1
MARIANO COMENSE	1
MARMENTINO	1
MARMIROLO	1
MARNATE	1
MARONE	1
MARTIGNANA DI PO	1
MARTINENGO	1
MARUDO	1
MARZANO	1
MARZIO	1
MASATE	1
MASCIAGO PRIMO	1
MASLIANICO	1
MASSALENGO	1
MAZZANO	1
MAZZO DI VALTELLINA	1
MEDA	1
MEDE	1
MEDIGLIA	1
MEDOLAGO	1
MEDOLE	1
MELEGNANO	1
MELETI	1
MELLO	1
MELZO	1
MENAGGIO	1
MENAROLA	1
MENCONICO	1
MERATE	1
MERCALLO	1
MERLINO	1
MERONE	1
MESE	1
MESENZANA	1
MESERO	1
MEZZAGO	1
MEZZANA BIGLI	1
MEZZANA RABATTONE	1
MEZZANINO	1
MEZZEGRA	1
MEZZOLDO	1
MILANO	3
MILZANO	1
MIRADOLO TERME	1
MISANO DI GERA D'ADDA	1
MISINTO	1
MISSAGLIA	1
MOGGIO	1
MOGLIA	1
MOIO DE'CALVI	1
MOLTENO	1
MOLTRASIO	1
MONASTEROLO DEL CASTELLO	1
MONGUZZO	1
MONIGA DEL GARDA	1
MONNO	1
MONTAGNA IN VALTELLINA	1
MONTALTO PAVESE	1
MONTANASO LOMBARDO	1
MONTANO LUCINO	1
MONTE CREMASCO	1
MONTE ISOLA	1
MONTE MARENZO	1
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	1
MONTECALVO VERSIGGIA	1
MONTEGRINO VALTRAVAGLIA	1
MONTELLO	1
MONTEMEZZO	1
MONTESCANO	1
MONTESEGALE	1
MONTEVECCHIA	1
MONTICELLI BRUSATI	1
MONTICELLI PAVESE	1
MONTICELLO BRIANZA	1
MONTICHIARI	1
MONTIRONE	1
MONTODINE	1
MONTORFANO	1
MONTU' BECCARIA	1
MONVALLE	1
MONZA	1
MONZAMBANO	1
MORAZZONE	1
MORBEGNO	1
MORENGO	1
MORIMONDO	1
MORNAGO	1
MORNICO AL SERIO	1
MORNICO LOSANA	1
MORTARA	1
MORTERONE	1
MOSCAZZANO	1
MOTTA BALUFFI	1
MOTTA VISCONTI	1
MOTTEGGIANA	1
MOZZANICA	1
MOZZATE	1
MOZZO	1
MUGGIO'	1
MULAZZANO	1
MURA	1
MUSCOLINE	1
MUSSO	1
NAVE	1
NEMBRO	1
NERVIANO	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

NESSO	1
NIARDO	1
NIBIONNO	1
NICORVO	1
NOSATE	1
NOVA MILANESE	1
NOVATE MEZZOLA	1
NOVATE MILANESE	1
NOVEDRATE	1
NOVIGLIO	1
NUVOLENTO	1
NUVOLERA	1
ODOLO	1
OFFANENGO	1
OFFLAGA	1
OGGIONA CON SANTO STEFANO	1
OGGIONO	1
OLEVANO DI LOMELLINA	1
OLGIATE COMASCO	1
OLGIATE MOLGORA	1
OLGIATE OLONA	1
OLGINATE	1
OLIVA GESSI	1
OLIVETO LARIO	1
OLMENETA	1
OLMO AL BREMBO	1
OLTRE IL COLLE	1
OLTRESSENDA ALTA	1
OLTRONA DI SAN MAMETTE	1
OME	1
ONETA	1
ONO SAN PIETRO	1
ONORE	1
OPERA	1
ORIGGIO	1
ORINO	1
ORIO AL SERIO	1
ORIO LITTA	1
ORNAGO	1
ORNICA	1
ORSENIGO	1
ORZINUOVI	1
ORZIVECCHI	1
OSIO SOPRA	1
OSIO SOTTO	1
OSMATE	1
OSNAGO	1
OSPEDALETTO LODIGIANO	1
OSPITALETTO	1
OSSAGO LODIGIANO	1
OSSIMO	1
OSSONA	1
OSSUCCIO	1
OSTIANO	1
OSTIGLIA	1
OTTOBIANO	1
OZZERO	1
PADENGHE SUL GARDA	1
PADERNO D'ADDA	1
PADERNO DUGNANO	1
PADERNO FRANCIACORTA	1
PADERNO PONCHIELLI	1
PAGAZZANO	1
PAGNONA	1
PAISCO LOVENO	1
PAITONE	1
PALADINA	1
PALAZZAGO	1
PALAZZO PIGNANO	1
PALAZZOLO SULL'OGLIO	1
PALESTRO	1
PALOSCO	1
PANCARANA	1
PANDINO	1
PANTIGLIATE	1
PARABIAGO	1
PARATICO	1
PARE'	1
PARLASCO	1
PARONA	1
PARRE	1
PARZANICA	1
PASPARDO	1
PASSIRANO	1
PASTURO	1
PAULLO	1
PAVIA	1
PAVONE DEL MELLA	1
PEDESINA	1
PEDRENGO	1
PEGLIO	1
PEGOGNAGA	1
PEIA	1
PELLIO INTELVI	1
PEREGO	1
PERLEDO	1
PERO	1
PERSICO DOSIMO	1
PERTICA ALTA	1
PERTICA BASSA	1
PESCAROLO ED UNITI	1
PESCATE	1
PESCHIERA BORROMEO	1
PESSANO CON BORNAGO	1
PESSINA CREMONESE	1
PEZZAZE	1
PIADENA	1
PIAN CAMUNO	1
PIANCOGNO	1
PIANELLO DEL LARIO	1
PIANENGO	1
PIANICO	1
PIANTEDO	1
PIARIO	1
PIATEDA	1
PIAZZA BREMBANA	1
PIAZZATORRE	1
PIAZZOLO	1
PIERANICA	1
PIETRA DE'GIORGI	1
PIEVE ALBIGNOLA	1
PIEVE DEL CAIRO	1
PIEVE DI CORIANO	1
PIEVE D'OLMI	1
PIEVE EMANUELE	1
PIEVE FISSIRAGA	1
PIEVE PORTO MORONE	1
PIEVE SAN GIACOMO	1
PIGRA	1
PINAROLO PO	1
PINO SULLA SPONDA DEL LAGO MAGGIOR	1
PIOLTELLO	1
PISOGNE	1
PIUBEGA	1
PIURO	1
PIZZALE	1
PIZZIGHETTONE	1
PLESIO	1
POGGIO RUSCO	1
POGGIRIDENTI	1
POGLIANO MILANESE	1
POGNANA LARIO	1
POGNANO	1
POLAVENO	1
POLPENAZZE DEL GARDA	1
POMPIANO	1
POMPONESCO	1
PONCARALE	1
PONNA	1
PONTE DI LEGNO	1
PONTE IN VALTELLINA	1
PONTE LAMBRO	1
PONTE NIZZA	1
PONTE NOSSA	1
PONTE SAN PIETRO	1
PONTERANICA	1
PONTEVICO	1
PONTI SUL MINCIO	1
PONTIDA	1
PONTIROLO NUOVO	1
PONTOGLIO	1
PORLEZZA	1
PORTALBERA	1
PORTO CERESIO	1
PORTO MANTOVANO	1
PORTO VALTRAVAGLIA	1
POSTALESIO	1
POZZAGLIO ED UNITI	1
POZZO D'ADDA	1
POZZOLENGO	1
POZZUOLO MARTESANA	1
PRADALUNGA	1
PRALBOINO	1
PRATA CAMPORTACCIO	1
PREDORE	1
PREGNANA MILANESE	1
PREMANA	1
PREMOLO	1
PRESEGLIE	1
PRESEZZO	1
PRESTINE	1
PREVALLE	1
PRIMALUNA	1
PROSERPIO	1
PROVAGLIO D'ISEO	1
PROVAGLIO VAL SABBIA	1
PUEGNAGO SUL GARDA	1
PUMENENGO	1
PUSIANO	1
QUINGENTOLE	1
QUINTANO	1
QUINZANO D'OGLIO	1
QUISTELLO	1
RAMPONIO VERNA	1
RANCIO VALCUVIA	1
RANCO	1
RANICA	1
RANZANICO	1
RASURA	1
REA	1
REDAVALLE	1
REDONDESCO	1
REMEDELLO	1
RENATE	1
RESCALDINA	1
RETORBIDO	1
REVERE	1
REZZAGO	1
REZZATO	1
RHO	1
RICENGO	1
RIPALTA ARPINA	1
RIPALTA CREMASCA	1
RIPALTA GUERINA	1
RIVA DI SOLTO	1
RIVANAZZANO	1
RIVAROLO DEL RE ED UNITI	1
RIVAROLO MANTOVANO	1
RIVOLTA D'ADDA	1
ROBBIATE	1
ROBBIO	1
ROBECCHETTO CON INDUNO	1
ROBECCO D'OGLIO	1
ROBECCO PAVESE	1
ROBECCO SUL NAVIGLIO	1
ROCCA DE'GIORGI	1
ROCCA SUSELLA	1
ROCCAFRANCA	1
RODANO	1
RODENGO-SAIANO	1
RODERO	1
RODIGO	1
ROE' VOLCIANO	1
ROGENO	1
ROGNANO	1
ROGNO	1
ROGOLO	1
ROMAGNESE	1
ROMANENGO	1
ROMANO DI LOMBARDIA	1
RONAGO	1
RONCADELLE	1
RONCARO	1
RONCELLO	1
RONCO BRIANTINO	1
RONCOBELLO	1
RONCOFERRARO	1
RONCOLA	1
ROSASCO	1
ROSATE	1
ROTA D'IMAGNA	1
ROVAGNATE	1
ROVATO	1
ROVELLASCA	1
ROVELLO PORRO	1
ROVERBELLA	1
ROVESCALA	1
ROVETTA	1
ROZZANO	1
RUDIANO	1
RUINO	1
SABBIO CHIESE	1
SABBIONETA	1
SALA COMACINA	1
SALE MARASINO	1
SALERANO SUL LAMBRO	1
SALO'	1
SALTRIO	1
SALVIROLA	1
SAMARATE	1
SAMOLACO	1
SAN BARTOLOMEO VAL CAVARGNA	1
SAN BASSANO	1
SAN BENEDETTO PO	1
SAN CIPRIANO PO	1
SAN COLOMBANO AL LAMBRO	1
SAN DAMIANO AL COLLE	1
SAN DANIELE PO	1
SAN DONATO MILANESE	1
SAN FEDELE INTELVI	1
SAN FELICE DEL BENACO	1
SAN FERMO DELLA BATTAGLIA	1
SAN FIORANO	1
SAN GENESIO ED UNITI	1
SAN GERVASIO BRESCIANO	1
SAN GIACOMO DELLE SEGNATE	1
SAN GIACOMO FILIPPO	1
SAN GIORGIO DI LOMELLINA	1
SAN GIORGIO DI MANTOVA	1
SAN GIORGIO SU LEGNANO	1
SAN GIOVANNI BIANCO	1
SAN GIOVANNI DEL DOSSO	1
SAN GIOVANNI IN CROCE	1
SAN GIULIANO MILANESE	1
SAN MARTINO DALL'ARGINE	1
SAN MARTINO DEL LAGO	1
SAN MARTINO IN STRADA	1
SAN MARTINO SICCOMARIO	1
SAN NAZZARO VAL CAVARGNA	1
SAN PAOLO	1
SAN PAOLO D'ARGON	1
SAN PELLEGRINO TERME	1
SAN ROCCO AL PORTO	1
SAN VITTORE OLONA	1
SAN ZENO NAVIGLIO	1
SAN ZENONE AL LAMBRO	1
SAN ZENONE AL PO	1
SANGIANO	1
SANNAZZARO DE'BURGONDI	1
SANTA BRIGIDA	1
SANTA CRISTINA E BISSONE	1
SANTA GIULETTA	1
SANTA MARGHERITA DI STAFFORA	1
SANTA MARIA DELLA VERSA	1
SANTA MARIA HOE'	1
SANTA MARIA REZZONICO	1
SANT'ABBONDIO	1
SANT'ALESSIO CON VIALONE	1
SANT'ANGELO LODIGIANO	1
SANT'ANGELO LOMELLINA	1
SANTO STEFANO LODIGIANO	1
SANTO STEFANO TICINO	1
SANT'OMOBONO IMAGNA	1
SAREZZO	1
SARNICO	1
SARONNO	1
SARTIRANA LOMELLINA	1
SAVIORE DELL'ADAMELLO	1
SCALDASOLE	1
SCANDOLARA RAVARA	1
SCANDOLARA RIPA D'OGLIO	1
SCANZOROSCIATE	1
SCHIGNANO	1
SCHILPARIO	1
SCHIVENOGLIA	1
SECUGNAGO	1
SEDRIANO	1
SEDRINA	1
SEGRATE	1
SELLERO	1
SELVINO	1
SEMIANA	1
SENAGO	1
SENIGA	1
SENNA COMASCO	1
SENNA LODIGIANA	1
SEREGNO	1
SERGNANO	1
SERIATE	1
SERINA	1
SERLE	1
SERMIDE	1
SERNIO	1
SERRAVALLE A PO	1
SESTO CALENDE	1
SESTO ED UNITI	1
SESTO SAN GIOVANNI	1
SETTALA	1
SETTIMO MILANESE	1
SEVESO	1
SILVANO PIETRA	1
SIRMIONE	1
SIRONE	1
SIRTORI	1
SIZIANO	1
SOIANO DEL LAGO	1
SOLARO	1
SOLAROLO RAINERIO	1
SOLBIATE	1
SOLBIATE ARNO	1
SOLBIATE OLONA	1
SOLFERINO	1
SOLTO COLLINA	1
SOLZA	1
SOMAGLIA	1
SOMMA LOMBARDO	1
SOMMO	1
SONCINO	1
SONDALO	1
SONDRIO	1
SONGAVAZZO	1
SONICO	1
SORDIO	1
SORESINA	1
SORICO	1
SORISOLE	1
SORMANO	1
SOSPIRO	1
SOTTO IL MONTE GIOVANNI XXIII	1
SOVERE	1
SOVICO	1
SPESSA	1
SPINADESCO	1
SPINEDA	1
SPINO D'ADDA	1
SPINONE AL LAGO	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Comune	Gruppo
SPIRANO	1
SPRIANA	1
STAGNO LOMBARDO	1
STAZZONA	1
STEZZANO	1
STRADELLA	1
STROZZA	1
SUARDI	1
SUEGLIO	1
SUELLO	1
SUISIO	1
SULBIATE	1
SULZANO	1
SUMIRAGO	1
SUSTINENTE	1
SUZZARA	1
TACENO	1
TAINO	1
TALAMONA	1
TALEGGIO	1
TARTANO	1
TAVAZZANO CON VILLAVESCO	1
TAVERNERIO	1
TAVERNOLA BERGAMASCA	1
TAVERNOLE SUL MELLA	1
TEGLIO	1
TELGATE	1
TEMU'	1
TERNATE	1
TERNO D'ISOLA	1
TERRANOVA DEI PASSERINI	1
TICENGO	1
TIGNALE	1
TIRANO	1
TORBOLE CASAGLIA	1
TORLINO VIMERCATI	1
TORNATA	1
TORNO	1
TORRAZZA COSTE	1
TORRE BERETTI E CASTELLARO	1
TORRE BOLDONE	1
TORRE D'ARESE	1
TORRE DE'BUSI	1
TORRE DE'NEGRI	1
TORRE DE'PICENARDI	1
TORRE DE'ROVERI	1
TORRE DI SANTA MARIA	1
TORRE D'ISOLA	1
TORRE PALLAVICINA	1
TORREVECCHIA PIA	1
TORRICELLA DEL PIZZO	1
TORRICELLA VERZATE	1
TOSCOLANO-MADERNO	1
TOVO DI SANT'AGATA	1
TRADATE	1
TRAONA	1
TRAVACO' SICCOMARIO	1
TRAVAGLIATO	1
TRAVEDONA-MONATE	1
TREMENICO	1
TREMEZZO	1
TREMOSINE	1
TRENZANO	1
TRESCORE BALNEARIO	1
TRESCORE CREMASCO	1
TRESIVIO	1
TREVIGLIO	1
TREVIOLO	1
TREVISO BRESCIANO	1
TREZZANO ROSA	1
TREZZANO SUL NAVIGLIO	1
TREZZO SULL'ADDA	1
TREZZONE	1
TRIBIANO	1
TRIGOLO	1
TRIUGGIO	1
TRIVOLZIO	1
TROMELLO	1
TRONZANO LAGO MAGGIORE	1
TROVO	1
TRUCCAZZANO	1
TURANO LODIGIANO	1
TURATE	1
TURBIGO	1
UBIALE CLANEZZO	1
UBOLDO	1
UGGIATE-TREVANO	1
URAGO D'OGLIO	1
URGNANO	1
USMATE VELATE	1
VAIANO CREMASCO	1
VAILATE	1
VAL DI NIZZA	1
VAL MASINO	1
VAL REZZO	1
VALBONDIONE	1
VALBREMBO	1
VALBRONA	1
VALDIDENTRO	1
VALDISOTTO	1
VALEGGIO	1
VALERA FRATTA	1
VALFURVA	1
VALGANNA	1
VALGOGLIO	1
VALGREGHENTINO	1
VALLE LOMELLINA	1
VALLE SALIMBENE	1
VALLEVE	1
VALLIO TERME	1
VALMADRERA	1
VALMOREA	1
VALNEGRA	1
VALSECCA	1
VALSOLDA	1
VALTORTA	1
VALVERDE	1
VALVESTINO	1
VANZAGHELLO	1
VANZAGO	1
VAPRIO D'ADDA	1
VARANO BORGHI	1
VAREDO	1
VARENNA	1
VARESE	1
VARZI	1
VEDANO AL LAMBRO	1
VEDANO OLONA	1
VEDDASCA	1
VEDESETA	1
VEDUGGIO CON COLZANO	1
VELESO	1
VELEZZO LOMELLINA	1
VELLEZZO BELLINI	1
VENDROGNO	1
VENEGONO INFERIORE	1
VENEGONO SUPERIORE	1
VENIANO	1
VERANO BRIANZA	1
VERCANA	1
VERCEIA	1
VERCURAGO	1
VERDELLINO	1
VERDELLO	1
VERDERIO INFERIORE	1
VERDERIO SUPERIORE	1
VERGIATE	1
VERMEZZO	1
VERNATE	1
VEROLANUOVA	1
VEROLAVECCHIA	1
VERRETTO	1
VERRUA PO	1
VERTEMATE CON MINOPRIO	1
VERTOVA	1
VERVIO	1
VESCOVATO	1
VESTONE	1
VESTRENO	1
VEZZA D'OGLIO	1
VIADANA	1
VIADANICA	1
VIDIGULFO	1
VIGANO'	1
VIGANO SAN MARTINO	1
VIGEVANO	1
VIGGIU'	1
VIGNATE	1
VIGOLO	1
VILLA BISCOSSI	1
VILLA CARCINA	1
VILLA CORTESE	1
VILLA D'ADDA	1
VILLA D'ALME'	1
VILLA DI CHIAVENNA	1
VILLA DI SERIO	1
VILLA DI TIRANO	1
VILLA D'OGNA	1
VILLA GUARDIA	1
VILLA POMA	1
VILLACHIARA	1
VILLANOVA D'ARDENGHI	1
VILLANOVA DEL SILLARO	1
VILLANTERIO	1
VILLANUOVA SUL CLISI	1
VILLASANTA	1
VILLIMPENTA	1
VILLONGO	1
VILMINORE DI SCALVE	1
VIMERCATE	1
VIMODRONE	1
VIONE	1
VIRGILIO	1
VISANO	1
VISTARINO	1
VITTUONE	1
VIZZOLA TICINO	1
VIZZOLO PREDABISSI	1
VOBARNO	1
VOGHERA	1
VOLONGO	1
VOLPARA	1
VOLTA MANTOVANA	1
VOLTIDO	1
ZANDOBBIO	1
ZANICA	1
ZAVATTARELLO	1
ZECCONE	1
ZELBIO	1
ZELO BUON PERSICO	1
ZELO SURRIGONE	1
ZEME	1
ZENEVREDO	1
ZERBO	1
ZERBOLO'	1
ZIBIDO SAN GIACOMO	1
ZINASCO	1
ZOGNO	1
ZONE	1

REGIONE MARCHE

Comune	Gruppo
ACQUACANINA	1
ACQUALAGNA	1
ACQUASANTA TERME	1
ACQUAVIVA PICENA	1
AGUGLIANO	1
ALTIDONA	1
AMANDOLA	1
ANCONA	1
APECCHIO	1
APIRO	1
APPIGNANO	1
APPIGNANO DEL TRONTO	1
ARCEVIA	1
ARQUATA DEL TRONTO	1
ASCOLI PICENO	1
AUDITORE	1
BARBARA	1
BARCHI	1
BELFORTE ALL'ISAURO	1
BELFORTE DEL CHIENTI	1
BELMONTE PICENO	1
BELVEDERE OSTRENSE	1
BOLOGNOLA	1
BORGO PACE	1
CAGLI	1
CALDAROLA	1
CAMERANO	1
CAMERATA PICENA	1
CAMERINO	1
CAMPOFILONE	1
CAMPOROTONDO DI FIASTRONE	1
CANTIANO	1
CARASSAI	1
CARPEGNA	1
CARTOCETO	1
CASTEL COLONNA	1
CASTEL DI LAMA	1
CASTELBELLINO	1
CASTELDELCI	1
CASTELFIDARDO	1
CASTELLEONE DI SUASA	1
CASTELPLANIO	1
CASTELRAIMONDO	1
CASTELSANTANGELO SUL NERA	1
CASTIGNANO	1
CASTORANO	1
CERRETO D'ESI	1
CESSAPALOMBO	1
CHIARAVALLE	1
CINGOLI	1
CIVITANOVA MARCHE	1
COLBORDOLO	1
COLLI DEL TRONTO	1
COLMURANO	1
COMUNANZA	1
CORINALDO	1
CORRIDONIA	1
COSSIGNANO	1
CUPRA MARITTIMA	1
CUPRAMONTANA	1
ESANATOGLIA	1
FABRIANO	1
FALCONARA MARITTIMA	1
FALERONE	1
FANO	1
FERMIGNANO	1
FERMO	1
FIASTRA	1
FILOTTRANO	1
FIORDIMONTE	1
FIUMINATA	1
FOLIGNANO	1
FORCE	1
FOSSOMBRONE	1
FRANCAVILLA D'ETE	1
FRATTE ROSA	1
FRONTINO	1
FRONTONE	1
GABICCE MARE	1
GAGLIOLE	1
GENGA	1
GRADARA	1
GROTTAMMARE	1
GROTTAZZOLINA	1
GUALDO	1
ISOLA DEL PIANO	1
JESI	1
LAPEDONA	1
LORETO	1
LORO PICENO	1
LUNANO	1
MACERATA	1
MACERATA FELTRIA	1
MAGLIANO DI TENNA	1
MAIOLATI SPONTINI	1
MAIOLO	1
MALTIGNANO	1
MASSA FERMANA	1
MASSIGNANO	1
MATELICA	1
MERCATELLO SUL METAURO	1
MERCATINO CONCA	1
MERGO	1
MOGLIANO	1
MOMBAROCCIO	1
MONDAVIO	1
MONDOLFO	1
MONSAMPIETRO MORICO	1
MONSAMPOLO DEL TRONTO	1
MONSANO	1
MONTALTO DELLE MARCHE	1
MONTAPPONE	1
MONTE CAVALLO	1
MONTE CERIGNONE	1
MONTE GIBERTO	1
MONTE PORZIO	1
MONTE RINALDO	1
MONTE ROBERTO	1
MONTE SAN GIUSTO	1
MONTE SAN MARTINO	1
MONTE SAN PIETRANGELI	1
MONTE SAN VITO	1
MONTE URANO	1
MONTE VIDON COMBATTE	1
MONTE VIDON CORRADO	1
MONTECALVO IN FOGLIA	1
MONTECAROTTO	1
MONTECASSIANO	1
MONTECICCARDO	1
MONTECOPIOLO	1
MONTECOSARO	1
MONTEDINOVE	1
MONTEFALCONE APPENNINO	1
MONTEFANO	1
MONTEFELCINO	1
MONTEFIORE DELL'ASO	1
MONTEFORTINO	1
MONTEGALLO	1
MONTEGIORGIO	1
MONTEGRANARO	1
MONTEGRIMANO	1
MONTELABBATE	1
MONTELEONE DI FERMO	1
MONTELPARO	1
MONTELUPONE	1
MONTEMAGGIORE AL METAURO	1
MONTEMARCIANO	1
MONTEMONACO	1
MONTEPRANDONE	1
MONTERADO	1
MONTERUBBIANO	1
MONTOTTONE	1
MORESCO	1
MORRO D'ALBA	1
MORROVALLE	1
MUCCIA	1
NOVAFELTRIA	1
NUMANA	1
OFFAGNA	1
OFFIDA	1
ORCIANO DI PESARO	1
ORTEZZANO	1
OSIMO	1
OSTRA	1
OSTRA VETERE	1
PALMIANO	1
PEDASO	1
PEGLIO	1
PENNA SAN GIOVANNI	1
PENNABILLI	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Comune	Gruppo
PERGOLA	1
PESARO	1
PETRIANO	1
PETRIOLO	1
PETRITOLI	1
PIAGGE	1
PIANDIMELETO	1
PIETRARUBBIA	1
PIEVE TORINA	1
PIEVEBOVIGLIANA	1
PIOBBICO	1
PIORACO	1
POGGIO SAN MARCELLO	1
POGGIO SAN VICINO	1
POLLENZA	1
POLVERIGI	1
PONZANO DI FERMO	1
PORTO RECANATI	1
PORTO SAN GIORGIO	1
PORTO SANT'ELPIDIO	1
POTENZA PICENA	1
RAPAGNANO	1
RECANATI	1
RIPATRANSONE	1
RIPE	1
RIPE SAN GINESIO	1
ROCCAFLUVIONE	1
ROSORA	1
ROTELLA	1
SALTARA	1
SAN BENEDETTO DEL TRONTO	1
SAN COSTANZO	1
SAN GINESIO	1
SAN GIORGIO DI PESARO	1
SAN LEO	1
SAN LORENZO IN CAMPO	1
SAN MARCELLO	1
SAN PAOLO DI JESI	1
SAN SEVERINO MARCHE	1
SANTA MARIA NUOVA	1
SANTA VITTORIA IN MATENANO	1
SANT'AGATA FELTRIA	1
SANT'ANGELO IN LIZZOLA	1
SANT'ANGELO IN PONTANO	1
SANT'ANGELO IN VADO	1
SANT'ELPIDIO A MARE	1
SANT'IPPOLITO	1
SARNANO	1
SASSOCORVARO	1
SASSOFELTRIO	1
SASSOFERRATO	1
SEFRO	1
SENIGALLIA	1
SERRA DE'CONTI	1
SERRA SAN QUIRICO	1
SERRA SANT'ABBONDIO	1
SERRAPETRONA	1
SERRAVALLE DI CHIENTI	1
SERRUNGARINA	1
SERVIGLIANO	1
SIROLO	1
SMERILLO	1
SPINETOLI	1
STAFFOLO	1
TALAMELLO	1
TAVOLETO	1
TAVULLIA	1
TOLENTINO	1
TORRE SAN PATRIZIO	1
TREIA	1
URBANIA	1
URBINO	1
URBISAGLIA	1
USSITA	1
VENAROTTA	1
VISSO	1

REGIONE MOLISE

Comune	Gruppo
ACQUAVIVA COLLECROCE	1
ACQUAVIVA D'ISERNIA	1
AGNONE	1
BAGNOLI DEL TRIGNO	1
BARANELLO	1
BELMONTE DEL SANNIO	1
BOJANO	1
BONEFRO	1
BUSSO	1
CAMPOBASSO	1
CAMPOCHIARO	1
CAMPODIPIETRA	1
CAMPOLIETO	1
CAMPOMARINO	1
CANTALUPO NEL SANNIO	1
CAPRACOTTA	1
CAROVILLI	1
CARPINONE	1
CASACALENDA	1
CASALCIPRANO	1
CASTEL DEL GIUDICE	1
CASTEL SAN VINCENZO	1
CASTELBOTTACCIO	1
CASTELLINO DEL BIFERNO	1
CASTELMAURO	1
CASTELPETROSO	1
CASTELPIZZUTO	1
CASTELVERRINO	1
CASTROPIGNANO	1
CERCEMAGGIORE	1
CERCEPICCOLA	1
CERRO AL VOLTURNO	1
CHIAUCI	1
CIVITACAMPOMARANO	1
CIVITANOVA DEL SANNIO	1
COLLE D'ANCHISE	1
COLLETORTO	1
COLLI A VOLTURNO	1
CONCA CASALE	1
DURONIA	1
FERRAZZANO	1
FILIGNANO	1
FORLI' DEL SANNIO	1
FORNELLI	1
FOSSALTO	1
FROSOLONE	1
GAMBATESA	1
GILDONE	1
GUARDIALFIERA	1
GUARDIAREGIA	1
GUGLIONESI	1
ISERNIA	1
JELSI	1
LARINO	1
LIMOSANO	1
LONGANO	1
LUCITO	1
LUPARA	1
MACCHIA D'ISERNIA	1
MACCHIA VALFORTORE	1
MACCHIAGODENA	1
MAFALDA	1
MATRICE	1
MIRABELLO SANNITICO	1
MIRANDA	1
MOLISE	1
MONACILIONI	1
MONTAGANO	1
MONTAQUILA	1
MONTECILFONE	1
MONTEFALCONE NEL SANNIO	1
MONTELONGO	1
MONTEMITRO	1
MONTENERO DI BISACCIA	1
MONTENERO VAL COCCHIARA	1
MONTERODUNI	1
MONTORIO NEI FRENTANI	1
MORRONE DEL SANNIO	1
ORATINO	1
PALATA	1
PESCHE	1
PESCOLANCIANO	1
PESCOPENNATARO	1
PETACCIATO	1
PETRELLA TIFERNINA	1
PETTORANELLO DEL MOLISE	1
PIETRABBONDANTE	1
PIETRACATELLA	1
PIETRACUPA	1
PIZZONE	1
POGGIO SANNITA	1
PORTOCANNONE	1
POZZILLI	1
PROVVIDENTI	1
RICCIA	1
RIONERO SANNITICO	1
RIPABOTTONI	1
RIPALIMOSANI	1
ROCCAMANDOLFI	1
ROCCASICURA	1
ROCCAVIVARA	1
ROCCHETTA A VOLTURNO	1
ROTELLO	1
SALCITO	1
SAN BIASE	1
SAN FELICE DEL MOLISE	1
SAN GIACOMO DEGLI SCHIAVONI	1
SAN GIOVANNI IN GALDO	1
SAN GIULIANO DEL SANNIO	1
SAN GIULIANO DI PUGLIA	1
SAN MARTINO IN PENSILIS	1
SAN MASSIMO	1
SAN PIETRO AVELLANA	1
SAN POLO MATESE	1
SANTA CROCE DI MAGLIANO	1
SANTA MARIA DEL MOLISE	1
SANT'AGAPITO	1
SANT'ANGELO DEL PESCO	1
SANT'ANGELO LIMOSANO	1
SANT'ELENA SANNITA	1
SANT'ELIA A PIANISI	1
SCAPOLI	1
SEPINO	1
SESSANO DEL MOLISE	1
SESTO CAMPANO	1
SPINETE	1
TAVENNA	1
TERMOLI	1
TORELLA DEL SANNIO	1
TORO	1
TRIVENTO	1
TUFARA	1
URURI	1
VASTOGIRARDI	1
VENAFRO	1
VINCHIATURO	1

REGIONE PIEMONTE

Comune	Gruppo
ACCEGLIO	1
ACQUI TERME	1
AGLIANO TERME	1
AGLIE'	1
AGRATE CONTURBIA	1
AILOCHE	1
AIRASCA	1
AISONE	1
ALA DI STURA	1
ALAGNA VALSESIA	1
ALBA	1
ALBANO VERCELLESE	1
ALBARETTO DELLA TORRE	1
ALBERA LIGURE	1
ALBIANO D'IVREA	1
ALBUGNANO	1
ALESSANDRIA	1
ALFIANO NATTA	1
ALICE BEL COLLE	1
ALICE CASTELLO	1
ALICE SUPERIORE	1
ALLUVIONI CAMBIO'	1
ALMESE	1
ALPETTE	1
ALPIGNANO	1
ALTAVILLA MONFERRATO	1
ALTO	1
ALZANO SCRIVIA	1
AMENO	1
ANDEZENO	1
ANDORNO MICCA	1
ANDRATE	1
ANGROGNA	1
ANTIGNANO	1
ANTRONA SCHIERANCO	1
ANZOLA D'OSSOLA	1
ARAMENGO	1
ARBORIO	1
ARGENTERA	1
ARGUELLO	1
ARIGNANO	1
ARIZZANO	1
ARMENO	1
AROLA	1
ARONA	1
ARQUATA SCRIVIA	1
ASIGLIANO VERCELLESE	1
ASTI	1
AURANO	1
AVIGLIANA	1
AVOLASCA	1
AZEGLIO	1
AZZANO D'ASTI	1
BACENO	1
BAGNASCO	1
BAGNOLO PIEMONTE	1
BAIRO	1
BALANGERO	1
BALDICHIERI D'ASTI	1
BALDISSERO CANAVESE	1
BALDISSERO D'ALBA	1
BALDISSERO TORINESE	1
BALME	1
BALMUCCIA	1
BALOCCO	1
BALZOLA	1
BANCHETTE	1
BANNIO ANZINO	1
BARBANIA	1
BARBARESCO	1
BARDONECCHIA	1
BARENGO	1
BARGE	1
BAROLO	1
BARONE CANAVESE	1
BASALUZZO	1
BASSIGNANA	1
BASTIA MONDOVI'	1
BATTIFOLLO	1
BAVENO	1
BEE	1
BEINASCO	1
BEINETTE	1
BELFORTE MONFERRATO	1
BELGIRATE	1
BELLINO	1
BELLINZAGO NOVARESE	1
BELVEDERE LANGHE	1
BELVEGLIO	1
BENE VAGIENNA	1
BENEVELLO	1
BENNA	1
BERGAMASCO	1
BERGOLO	1
BERNEZZO	1
BERZANO DI SAN PIETRO	1
BERZANO DI TORTONA	1
BEURA-CARDEZZA	1
BIANDRATE	1
BIANZE'	1
BIBIANA	1
BIELLA	1
BIOGLIO	1
BISTAGNO	1
BOBBIO PELLICE	1
BOCA	1
BOCCIOLETO	1
BOGNANCO	1
BOGOGNO	1
BOLLENGO	1
BOLZANO NOVARESE	1
BONVICINO	1
BORGARO TORINESE	1
BORGHETTO DI BORBERA	1
BORGIALLO	1
BORGO D'ALE	1
BORGO SAN DALMAZZO	1
BORGO SAN MARTINO	1
BORGO TICINO	1
BORGO VERCELLI	1
BORGOFRANCO D'IVREA	1
BORGOLAVEZZARO	1
BORGOMALE	1
BORGOMANERO	1
BORGOMASINO	1
BORGONE SUSA	1
BORGORATTO ALESSANDRINO	1
BORGOSESIA	1
BORRIANA	1
BOSCO MARENGO	1
BOSCONERO	1
BOSIA	1
BOSIO	1
BOSSOLASCO	1
BOVES	1
BOZZOLE	1
BRA	1
BRANDIZZO	1
BREIA	1
BRIAGLIA	1
BRICHERASIO	1
BRIGA ALTA	1
BRIGA NOVARESE	1
BRIGNANO-FRASCATA	1
BRIONA	1
BRONDELLO	1
BROSSASCO	1
BROSSO	1
BROVELLO-CARPUGNINO	1
BROZOLO	1
BRUINO	1
BRUNO	1
BRUSASCO	1
BRUSNENGO	1
BRUZOLO	1
BUBBIO	1
BURIASCO	1
BUROLO	1
BURONZO	1
BUSANO	1
BUSCA	1
BUSSOLENO	1
BUTTIGLIERA ALTA	1
BUTTIGLIERA D'ASTI	1
CABELLA LIGURE	1
CAFASSE	1
CALAMANDRANA	1
CALASCA CASTIGLIONE	1
CALLABIANA	1
CALLIANO	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

CALOSSO	1
CALTIGNAGA	1
CALUSO	1
CAMAGNA MONFERRATO	1
CAMANDONA	1
CAMBIANO	1
CAMBIASCA	1
CAMBURZANO	1
CAMERANA	1
CAMERANO CASASCO	1
CAMERI	1
CAMINO	1
CAMO	1
CAMPERTOGNO	1
CAMPIGLIA CERVO	1
CAMPIGLIONE-FENILE	1
CANALE	1
CANDELO	1
CANDIA CANAVESE	1
CANDIOLO	1
CANELLI	1
CANISCHIO	1
CANNERO RIVIERA	1
CANNOBIO	1
CANOSIO	1
CANTALUPA	1
CANTALUPO LIGURE	1
CANTARANA	1
CANTOIRA	1
CAPRAUNA	1
CAPREZZO	1
CAPRIATA D'ORBA	1
CAPRIE	1
CAPRIGLIO	1
CAPRILE	1
CARAGLIO	1
CARAMAGNA PIEMONTE	1
CARAVINO	1
CARBONARA SCRIVIA	1
CARCOFORO	1
CARDE'	1
CAREMA	1
CARENTINO	1
CARESANA	1
CARESANABLOT	1
CAREZZANO	1
CARIGNANO	1
CARISIO	1
CARMAGNOLA	1
CARPENETO	1
CARPIGNANO SESIA	1
CARREGA LIGURE	1
CARROSIO	1
CARRU'	1
CARTIGNANO	1
CARTOSIO	1
CASAL CERMELLI	1
CASALBELTRAME	1
CASALBORGONE	1
CASALE CORTE CERRO	1
CASALE MONFERRATO	1
CASALEGGIO BOIRO	1
CASALEGGIO NOVARA	1
CASALGRASSO	1
CASALINO	1
CASALNOCETO	1
CASALVOLONE	1
CASANOVA ELVO	1
CASAPINTA	1
CASASCO	1
CASCINETTE D'IVREA	1
CASELETTE	1
CASELLE TORINESE	1
CASORZO	1
CASSANO SPINOLA	1
CASSINASCO	1
CASSINE	1
CASSINELLE	1
CASTAGNETO PO	1
CASTAGNITO	1
CASTAGNOLE DELLE LANZE	1
CASTAGNOLE MONFERRATO	1
CASTAGNOLE PIEMONTE	1
CASTEL BOGLIONE	1
CASTEL ROCCHERO	1
CASTELDELFINO	1
CASTELL'ALFERO	1
CASTELLAMONTE	1
CASTELLANIA	1
CASTELLAR	1
CASTELLAR GUIDOBONO	1
CASTELLAZZO BORMIDA	1
CASTELLAZZO NOVARESE	1
CASTELLERO	1
CASTELLETTO CERVO	1
CASTELLETTO D'ERRO	1
CASTELLETTO D'ORBA	1
CASTELLETTO MERLI	1
CASTELLETTO MOLINA	1
CASTELLETTO MONFERRATO	1
CASTELLETTO SOPRA TICINO	1
CASTELLETTO STURA	1
CASTELLETTO UZZONE	1
CASTELLINALDO	1
CASTELLINO TANARO	1
CASTELLO DI ANNONE	1
CASTELMAGNO	1
CASTELNUOVO BELBO	1
CASTELNUOVO BORMIDA	1
CASTELNUOVO CALCEA	1
CASTELNUOVO DI CEVA	1
CASTELNUOVO DON BOSCO	1
CASTELNUOVO NIGRA	1
CASTELNUOVO SCRIVIA	1
CASTELSPINA	1
CASTIGLIONE FALLETTO	1
CASTIGLIONE TINELLA	1
CASTIGLIONE TORINESE	1
CASTINO	1
CAVAGLIA'	1
CAVAGLIETTO	1
CAVAGLIO D'AGOGNA	1
CAVAGLIO-SPOCCIA	1
CAVAGNOLO	1
CAVALLERLEONE	1
CAVALLERMAGGIORE	1
CAVALLIRIO	1
CAVATORE	1
CAVOUR	1
CELLA MONTE	1
CELLARENGO	1
CELLE DI MACRA	1
CELLE ENOMONDO	1
CELLIO	1
CENTALLO	1
CEPPO MORELLI	1
CERANO	1
CERCENASCO	1
CERES	1
CERESETO	1
CERESOLE ALBA	1
CERESOLE REALE	1
CERRETO CASTELLO	1
CERRETO D'ASTI	1
CERRETO GRUE	1
CERRETO LANGHE	1
CERRINA MONFERRATO	1
CERRIONE	1
CERRO TANARO	1
CERVASCA	1
CERVATTO	1
CERVERE	1
CESANA TORINESE	1
CESARA	1
CESSOLE	1
CEVA	1
CHERASCO	1
CHIALAMBERTO	1
CHIANOCCO	1
CHIAVERANO	1
CHIERI	1
CHIESANUOVA	1
CHIOMONTE	1
CHIUSA DI PESIO	1
CHIUSA DI SAN MICHELE	1
CHIUSANO D'ASTI	1
CHIVASSO	1
CICONIO	1
CIGLIANO	1
CIGLIE'	1
CINAGLIO	1
CINTANO	1
CINZANO	1
CIRIE'	1
CISSONE	1
CISTERNA D'ASTI	1
CIVIASCO	1
CLAVESANA	1
CLAVIERE	1
COASSOLO TORINESE	1
COAZZE	1
COAZZOLO	1
COCCONATO	1
COGGIOLA	1
COLAZZA	1
COLLEGNO	1
COLLERETTO CASTELNUOVO	1
COLLERETTO GIACOSA	1
COLLOBIANO	1
COMIGNAGO	1
CONDOVE	1
CONIOLO	1
CONZANO	1
CORIO	1
CORNELIANO D'ALBA	1
CORSIONE	1
CORTANDONE	1
CORTANZE	1
CORTAZZONE	1
CORTEMILIA	1
CORTIGLIONE	1
COSSANO BELBO	1
COSSANO CANAVESE	1
COSSATO	1
COSSOGNO	1
COSSOMBRATO	1
COSTA VESCOVATO	1
COSTANZANA	1
COSTIGLIOLE D'ASTI	1
COSTIGLIOLE SALUZZO	1
CRAVAGLIANA	1
CRAVANZANA	1
CRAVEGGIA	1
CREMOLINO	1
CRESCENTINO	1
CRESSA	1
CREVACUORE	1
CREVOLADOSSOLA	1
CRISSOLO	1
CRODO	1
CROSA	1
CROVA	1
CUCCARO MONFERRATO	1
CUCEGLIO	1
CUMIANA	1
CUNEO	1
CUNICO	1
CUORGNE'	1
CUREGGIO	1
CURINO	1
CURSOLO-ORASSO	1
DEMONTE	1
DENICE	1
DERNICE	1
DESANA	1
DIANO D'ALBA	1
DIVIGNANO	1
DOGLIANI	1
DOMODOSSOLA	1
DONATO	1
DORMELLETTO	1
DORZANO	1
DRONERO	1
DRUENTO	1
DRUOGNO	1
DUSINO SAN MICHELE	1
ELVA	1
ENTRACQUE	1
ENVIE	1
EXILLES	1
FABBRICA CURONE	1
FALMENTA	1
FARA NOVARESE	1
FARIGLIANO	1
FAULE	1
FAVRIA	1
FEISOGLIO	1
FELETTO	1
FELIZZANO	1
FENESTRELLE	1
FERRERE	1
FIANO	1
FIORANO CANAVESE	1
FOBELLO	1
FOGLIZZO	1
FONTANETO D'AGOGNA	1
FONTANETTO PO	1
FONTANILE	1
FORMAZZA	1
FORMIGLIANA	1
FORNO CANAVESE	1
FOSSANO	1
FRABOSA SOPRANA	1
FRABOSA SOTTANA	1
FRACONALTO	1
FRANCAVILLA BISIO	1
FRASCARO	1
FRASSINELLO MONFERRATO	1
FRASSINETO PO	1
FRASSINETTO	1
FRASSINO	1
FRESONARA	1
FRINCO	1
FRONT	1
FROSSASCO	1
FRUGAROLO	1
FUBINE	1
GABIANO	1
GAGLIANICO	1
GAIOLA	1
GALLIATE	1
GAMALERO	1
GAMBASCA	1
GARBAGNA	1
GARBAGNA NOVARESE	1
GARESSIO	1
GARGALLO	1
GARZIGLIANA	1
GASSINO TORINESE	1
GATTICO	1
GATTINARA	1
GAVAZZANA	1
GAVI	1
GENOLA	1
GERMAGNANO	1
GERMAGNO	1
GHEMME	1
GHIFFA	1
GHISLARENGO	1
GIAGLIONE	1
GIAROLE	1
GIAVENO	1
GIFFLENGA	1
GIGNESE	1
GIVOLETTO	1
GORZEGNO	1
GOTTASECCA	1
GOVONE	1
GOZZANO	1
GRAGLIA	1
GRANA	1
GRANOZZO CON MONTICELLO	1
GRAVELLONA TOCE	1
GRAVERE	1
GRAZZANO BADOGLIO	1
GREGGIO	1
GREMIASCO	1
GRIGNASCO	1
GRINZANE CAVOUR	1
GROGNARDO	1
GRONDONA	1
GROSCAVALLO	1
GROSSO	1
GRUGLIASCO	1
GUARDABOSONE	1
GUARENE	1
GUAZZORA	1
GURRO	1
IGLIANO	1
INCISA SCAPACCINO	1
INGRIA	1
INTRAGNA	1
INVERSO PINASCA	1
INVORIO	1
ISASCA	1
ISOLA D'ASTI	1
ISOLA SANT'ANTONIO	1
ISOLABELLA	1
ISSIGLIO	1
IVREA	1
LA CASSA	1
LA LOGGIA	1
LA MORRA	1
LAGNASCO	1
LAMPORO	1
LANDIONA	1
LANZO TORINESE	1
LAURIANO	1
LEINI	1
LEMIE	1
LENTA	1
LEQUIO BERRIA	1
LEQUIO TANARO	1
LERMA	1
LESA	1
LESEGNO	1
LESSOLO	1
LESSONA	1
LEVICE	1
LEVONE	1
LIGNANA	1
LIMONE PIEMONTE	1
LISIO	1
LIVORNO FERRARIS	1
LOAZZOLO	1
LOCANA	1
LOMBARDORE	1
LOMBRIASCO	1
LORANZE'	1
LOREGLIA	1
LOZZOLO	1
LU	1
LUGNACCO	1
LUSERNA SAN GIOVANNI	1
LUSERNETTA	1
LUSIGLIE'	1
MACELLO	1
MACRA	1
MACUGNAGA	1
MADONNA DEL SASSO	1
MAGGIORA	1
MAGLIANO ALFIERI	1
MAGLIANO ALPI	1
MAGLIONE	1
MAGNANO	1
MALESCO	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Comune	Gruppo
MALVICINO	1
MANDELLO VITTA	1
MANGO	1
MANTA	1
MARANO TICINO	1
MARANZANA	1
MARENE	1
MARENTINO	1
MARETTO	1
MARGARITA	1
MARMORA	1
MARSAGLIA	1
MARTINIANA PO	1
MASERA	1
MASIO	1
MASSAZZA	1
MASSELLO	1
MASSERANO	1
MASSINO VISCONTI	1
MASSIOLA	1
MATHI	1
MATTIE	1
MAZZE'	1
MEANA DI SUSA	1
MEINA	1
MELAZZO	1
MELLE	1
MERANA	1
MERCENASCO	1
MERGOZZO	1
MEUGLIANO	1
MEZZANA MORTIGLIENGO	1
MEZZENILE	1
MEZZOMERICO	1
MIAGLIANO	1
MIASINO	1
MIAZZINA	1
MIRABELLO MONFERRATO	1
MOASCA	1
MOIOLA	1
MOLARE	1
MOLINO DEI TORTI	1
MOLLIA	1
MOMBALDONE	1
MOMBARCARO	1
MOMBARUZZO	1
MOMBASIGLIO	1
MOMBELLO DI TORINO	1
MOMBELLO MONFERRATO	1
MOMBERCELLI	1
MOMO	1
MOMPANTERO	1
MOMPERONE	1
MONALE	1
MONASTERO BORMIDA	1
MONASTERO DI LANZO	1
MONASTERO DI VASCO	1
MONASTEROLO CASOTTO	1
MONASTEROLO DI SAVIGLIANO	1
MONCALIERI	1
MONCALVO	1
MONCENISIO	1
MONCESTINO	1
MONCHIERO	1
MONCRIVELLO	1
MONCUCCO TORINESE	1
MONDOVI'	1
MONESIGLIO	1
MONFORTE D'ALBA	1
MONGARDINO	1
MONGIARDINO LIGURE	1
MONGRANDO	1
MONLEALE	1
MONTA'	1
MONTABONE	1
MONTACUTO	1
MONTAFIA	1
MONTALDEO	1
MONTALDO BORMIDA	1
MONTALDO DI MONDOVI'	1
MONTALDO ROERO	1
MONTALDO SCARAMPI	1
MONTALDO TORINESE	1
MONTALENGHE	1
MONTALTO DORA	1
MONTANARO	1
MONTANERA	1
MONTECASTELLO	1
MONTECHIARO D'ACQUI	1
MONTECHIARO D'ASTI	1
MONTECRESTESE	1
MONTEGIOCO	1
MONTEGROSSO D'ASTI	1
MONTELUPO ALBESE	1
MONTEMAGNO	1
MONTEMALE DI CUNEO	1
MONTEMARZINO	1
MONTEROSSO GRANA	1
MONTESCHENO	1
MONTEU DA PO	1
MONTEU ROERO	1
MONTEZEMOLO	1
MONTICELLO D'ALBA	1
MONTIGLIO MONFERRATO	1
MORANO SUL PO	1
MORANSENGO	1
MORBELLO	1
MORETTA	1
MORIONDO TORINESE	1
MORNESE	1
MOROZZO	1
MORSASCO	1
MOSSO	1
MOTTA DE' CONTI	1
MOTTALCIATA	1
MURAZZANO	1
MURELLO	1
MURISENGO	1
MUZZANO	1
NARZOLE	1
NEBBIUNO	1
NEIVE	1
NETRO	1
NEVIGLIE	1
NIBBIOLA	1
NICHELINO	1
NIELLA BELBO	1
NIELLA TANARO	1
NIZZA MONFERRATO	1
NOASCA	1
NOLE	1
NOMAGLIO	1
NONE	1
NONIO	1
NOVALESA	1
NOVARA	1
NOVELLO	1
NOVI LIGURE	1
NUCETTO	1
OCCHIEPPO INFERIORE	1
OCCHIEPPO SUPERIORE	1
OCCIMIANO	1
ODALENGO GRANDE	1
ODALENGO PICCOLO	1
OGGEBBIO	1
OGLIANICO	1
OLCENENGO	1
OLDENICO	1
OLEGGIO	1
OLEGGIO CASTELLO	1
OLIVOLA	1
OLMO GENTILE	1
OMEGNA	1
ONCINO	1
ORBASSANO	1
ORIO CANAVESE	1
ORMEA	1
ORNAVASSO	1
ORSARA BORMIDA	1
ORTA SAN GIULIO	1
OSASCO	1
OSASIO	1
OSTANA	1
OTTIGLIO	1
OULX	1
OVADA	1
OVIGLIO	1
OZEGNA	1
OZZANO MONFERRATO	1
PADERNA	1
PAESANA	1
PAGNO	1
PALAZZO CANAVESE	1
PALAZZOLO VERCELLESE	1
PALLANZENO	1
PAMPARATO	1
PANCALIERI	1
PARELLA	1
PARETO	1
PARODI LIGURE	1
PAROLDO	1
PARUZZARO	1
PASSERANO MARMORITO	1
PASTURANA	1
PAVAROLO	1
PAVONE CANAVESE	1
PECCO	1
PECETTO DI VALENZA	1
PECETTO TORINESE	1
PELLA	1
PENANGO	1
PERLETTO	1
PERLO	1
PEROSA ARGENTINA	1
PEROSA CANAVESE	1
PERRERO	1
PERTENGO	1
PERTUSIO	1
PESSINETTO	1
PETTENASCO	1
PETTINENGO	1
PEVERAGNO	1
PEZZANA	1
PEZZOLO VALLE UZZONE	1
PIANEZZA	1
PIANFEI	1
PIASCO	1
PIATTO	1
PIEA	1
PIEDICAVALLO	1
PIEDIMULERA	1
PIETRA MARAZZI	1
PIETRAPORZIO	1
PIEVE VERGONTE	1
PILA	1
PINASCA	1
PINEROLO	1
PINO D'ASTI	1
PINO TORINESE	1
PIOBESI D'ALBA	1
PIOBESI TORINESE	1
PIODE	1
PIOSSASCO	1
PIOVA' MASSAIA	1
PIOVERA	1
PIOZZO	1
PISANO	1
PISCINA	1
PIVERONE	1
POCAPAGLIA	1
POGNO	1
POIRINO	1
POLLONE	1
POLONGHERA	1
POMARETTO	1
POMARO MONFERRATO	1
POMBIA	1
PONDERANO	1
PONT-CANAVESE	1
PONTECHIANALE	1
PONTECURONE	1
PONTESTURA	1
PONTI	1
PONZANO MONFERRATO	1
PONZONE	1
PORTACOMARO	1
PORTE	1
PORTULA	1
POSTUA	1
POZZOL GROPPO	1
POZZOLO FORMIGARO	1
PRADLEVES	1
PRAGELATO	1
PRALI'	1
PRALORMO	1
PRALUNGO	1
PRAMOLLO	1
PRAROLO	1
PRAROSTINO	1
PRASCO	1
PRASCORSANO	1
PRATIGLIONE	1
PRATO SESIA	1
PRAY	1
PRAZZO	1
PREDOSA	1
PREMENO	1
PREMIA	1
PREMOSELLO-CHIOVENDA	1
PRIERO	1
PRIOCCA	1
PRIOLA	1
PRUNETTO	1
QUAGLIUZZO	1
QUARANTI	1
QUAREGNA	1
QUARGNENTO	1
QUARNA SOPRA	1
QUARNA SOTTO	1
QUARONA	1
QUASSOLO	1
QUATTORDIO	1
QUINCINETTO	1
QUINTO VERCELLESE	1
QUITTENGO	1
RACCONIGI	1
RASSA	1
RE	1
REANO	1
RECETTO	1
REFRANCORE	1
REVELLO	1
REVIGLIASCO D'ASTI	1
RIBORDONE	1
RICALDONE	1
RIFREDDO	1
RIMA SAN GIUSEPPE	1
RIMASCO	1
RIMELLA	1
RITTANA	1
RIVA PRESSO CHIERI	1
RIVA VALDOBBIA	1
RIVALBA	1
RIVALTA BORMIDA	1
RIVALTA DI TORINO	1
RIVARA	1
RIVAROLO CANAVESE	1
RIVARONE	1
RIVAROSSA	1
RIVE	1
RIVOLI	1
ROASCHIA	1
ROASCIO	1
ROASIO	1
ROATTO	1
ROBASSOMERO	1
ROBELLA	1
ROBILANTE	1
ROBURENT	1
ROCCA CANAVESE	1
ROCCA CIGLIE'	1
ROCCA D'ARAZZO	1
ROCCA DE' BALDI	1
ROCCA GRIMALDA	1
ROCCABRUNA	1
ROCCAFORTE LIGURE	1
ROCCAFORTE MONDOVI'	1
ROCCASPARVERA	1
ROCCAVERANO	1
ROCCAVIONE	1
ROCCHETTA BELBO	1
ROCCHETTA LIGURE	1
ROCCHETTA PALAFEA	1
ROCCHETTA TANARO	1
RODDI	1
RODDINO	1
RODELLO	1
ROLETTO	1
ROMAGNANO SESIA	1
ROMANO CANAVESE	1
ROMENTINO	1
RONCO BIELLESE	1
RONCO CANAVESE	1
RONDISSONE	1
RONSECCO	1
ROPPOLO	1
RORA'	1
ROSAZZA	1
ROSIGNANO MONFERRATO	1
ROSSA	1
ROSSANA	1
ROSTA	1
ROURE	1
ROVASENDA	1
RUBIANA	1
RUEGLIO	1
RUFFIA	1
SABBIA	1
SAGLIANO MICCA	1
SALA BIELLESE	1
SALA MONFERRATO	1
SALASCO	1
SALASSA	1
SALBERTRAND	1
SALE	1
SALE DELLE LANGHE	1
SALE SAN GIOVANNI	1
SALERANO CANAVESE	1
SALI VERCELLESE	1
SALICETO	1
SALMOUR	1
SALUGGIA	1
SALUSSOLA	1
SALUZZO	1
SALZA DI PINEROLO	1
SAMBUCO	1
SAMONE	1
SAMPEYRE	1
SAN BENEDETTO BELBO	1
SAN BENIGNO CANAVESE	1
SAN BERNARDINO VERBANO	1
SAN CARLO CANAVESE	1
SAN COLOMBANO BELMONTE	1
SAN CRISTOFORO	1
SAN DAMIANO D'ASTI	1
SAN DAMIANO MACRA	1
SAN DIDERO	1
SAN FRANCESCO AL CAMPO	1
SAN GERMANO CHISONE	1
SAN GERMANO VERCELLESE	1
SAN GIACOMO VERCELLESE	1
SAN GILLIO	1
SAN GIORGIO CANAVESE	1
SAN GIORGIO MONFERRATO	1
SAN GIORGIO SCARAMPI	1
SAN GIORIO DI SUSA	1

Territorialità del comparto manifatturiero
del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

SAN GIUSTO CANAVESE	1
SAN MARTINO ALFIERI	1
SAN MARTINO CANAVESE	1
SAN MARZANO OLIVETO	1
SAN MAURIZIO CANAVESE	1
SAN MAURIZIO D'OPAGLIO	1
SAN MAURO TORINESE	1
SAN MICHELE MONDOVI'	1
SAN NAZZARO SESIA	1
SAN PAOLO CERVO	1
SAN PAOLO SOLBRITO	1
SAN PIETRO MOSEZZO	1
SAN PIETRO VAL LEMINA	1
SAN PONSO	1
SAN RAFFAELE CIMENA	1
SAN SALVATORE MONFERRATO	1
SAN SEBASTIANO CURONE	1
SAN SEBASTIANO DA PO	1
SAN SECONDO DI PINEROLO	1
SANDIGLIANO	1
SANFRE'	1
SANFRONT	1
SANGANO	1
SANTA MARIA MAGGIORE	1
SANTA VITTORIA D'ALBA	1
SANT'AGATA FOSSILI	1
SANT'ALBANO STURA	1
SANT'AMBROGIO DI TORINO	1
SANT'ANTONINO DI SUSA	1
SANTENA	1
SANTHIA'	1
SANTO STEFANO BELBO	1
SANTO STEFANO ROERO	1
SARDIGLIANO	1
SAREZZANO	1
SAUZE DI CESANA	1
SAUZE D'OULX	1
SAVIGLIANO	1
SCAGNELLO	1
SCALENGHE	1
SCARMAGNO	1
SCARNAFIGI	1
SCIOLZE	1
SCOPA	1
SCOPELLO	1
SCURZOLENGO	1
SELVE MARCONE	1
SEPPIANA	1
SEROLE	1
SERRALUNGA D'ALBA	1
SERRALUNGA DI CREA	1
SERRAVALLE LANGHE	1
SERRAVALLE SCRIVIA	1
SERRAVALLE SESIA	1
SESSAME	1
SESTRIERE	1
SETTIME	1
SETTIMO ROTTARO	1
SETTIMO TORINESE	1
SETTIMO VITTONE	1
SEZZADIO	1
SILLAVENGO	1
SILVANO D'ORBA	1
SINIO	1
SIZZANO	1
SOGLIO	1
SOLERO	1
SOLONGHELLO	1
SOMANO	1
SOMMARIVA DEL BOSCO	1
SOMMARIVA PERNO	1
SOPRANA	1
SORDEVOLO	1
SORISO	1
SOSTEGNO	1
SOZZAGO	1
SPARONE	1
SPIGNO MONFERRATO	1
SPINETO SCRIVIA	1
STAZZANO	1
STRAMBINELLO	1
STRAMBINO	1
STRESA	1
STREVI	1
STRONA	1
STROPPIANA	1
STROPPO	1
SUNO	1
SUSA	1
TAGLIOLO MONFERRATO	1
TARANTASCA	1
TASSAROLO	1
TAVAGNASCO	1
TAVIGLIANO	1
TERDOBBIATE	1
TERNENGO	1
TERRUGGIA	1
TERZO	1
TICINETO	1
TIGLIOLE	1
TOCENO	1
TOLLEGNO	1
TONCO	1
TONENGO	1
TORINO	1
TORNACO	1
TORRAZZA PIEMONTE	1
TORRAZZO	1
TORRE BORMIDA	1
TORRE CANAVESE	1
TORRE MONDOVI'	1
TORRE PELLICE	1
TORRE SAN GIORGIO	1
TORRESINA	1
TORTONA	1
TRANA	1
TRAREGO VIGGIONA	1
TRASQUERA	1
TRAUSELLA	1
TRAVERSELLA	1
TRAVES	1
TRECATE	1
TREISO	1
TREVILLE	1
TREZZO TINELLA	1
TRICERRO	1
TRINITA'	1
TRINO	1
TRISOBBIO	1
TRIVERO	1
TROFARELLO	1
TRONTANO	1
TRONZANO VERCELLESE	1
USSEAUX	1
USSEGLIO	1
VAGLIO SERRA	1
VAIE	1
VAL DELLA TORRE	1
VALDENGO	1
VALDIERI	1
VALDUGGIA	1
VALENZA	1
VALFENERA	1
VALGIOIE	1
VALGRANA	1
VALLANZENGO	1
VALLE MOSSO	1
VALLE SAN NICOLAO	1
VALLO TORINESE	1
VALLORIATE	1
VALMACCA	1
VALMALA	1
VALPERGA	1
VALPRATO SOANA	1
VALSTRONA	1
VANZONE CON SAN CARLO	1
VAPRIO D'AGOGNA	1
VARALLO	1
VARALLO POMBIA	1
VARISELLA	1
VARZO	1
VAUDA CANAVESE	1
VEGLIO	1
VENARIA REALE	1
VENASCA	1
VENAUS	1
VERBANIA	1
VERCELLI	1
VERDUNO	1
VERNANTE	1
VEROLENGO	1
VERRONE	1
VERRUA SAVOIA	1
VERUNO	1
VERZUOLO	1
VESIME	1
VESPOLATE	1
VESTIGNE'	1
VEZZA D'ALBA	1
VIALE	1
VIALFRE'	1
VIARIGI	1
VICO CANAVESE	1
VICOFORTE	1
VICOLUNGO	1
VIDRACCO	1
VIGANELLA	1
VIGLIANO BIELLESE	1
VIGLIANO D'ASTI	1
VIGNALE MONFERRATO	1
VIGNOLE BORBERA	1
VIGNOLO	1
VIGNONE	1
VIGONE	1
VIGUZZOLO	1
VILLA DEL BOSCO	1
VILLA SAN SECONDO	1
VILLADEATI	1
VILLADOSSOLA	1
VILLAFALLETTO	1
VILLAFRANCA D'ASTI	1
VILLAFRANCA PIEMONTE	1
VILLALVERNIA	1
VILLAMIROGLIO	1
VILLANOVA BIELLESE	1
VILLANOVA CANAVESE	1
VILLANOVA D'ASTI	1
VILLANOVA MONDOVI'	1
VILLANOVA MONFERRATO	1
VILLANOVA SOLARO	1
VILLAR DORA	1
VILLAR FOCCHIARDO	1
VILLAR PELLICE	1
VILLAR PEROSA	1
VILLAR SAN COSTANZO	1
VILLARBASSE	1
VILLARBOIT	1
VILLAREGGIA	1
VILLAROMAGNANO	1
VILLASTELLONE	1
VILLATA	1
VILLETTE	1
VINADIO	1
VINCHIO	1
VINOVO	1
VINZAGLIO	1
VIOLA	1
VIRLE PIEMONTE	1
VISCHE	1
VISONE	1
VISTRORIO	1
VIU'	1
VIVERONE	1
VOCCA	1
VOGOGNA	1
VOLPEDO	1
VOLPEGLINO	1
VOLPIANO	1
VOLTAGGIO	1
VOLVERA	1
VOTTIGNASCO	1
ZIMONE	1
ZUBIENA	1
ZUMAGLIA	1

REGIONE PUGLIA

ACCADIA	1
ACQUARICA DEL CAPO	1
ACQUAVIVA DELLE FONTI	1
ADELFIA	1
ALBEROBELLO	1
ALBERONA	1
ALESSANO	1
ALEZIO	1
ALLISTE	1
ALTAMURA	1
ANDRANO	1
ANDRIA	1
ANZANO DI PUGLIA	1
APRICENA	1
ARADEO	1
ARNESANO	1
ASCOLI SATRIANO	1
AVETRANA	1
BAGNOLO DEL SALENTO	1
BARI	1
BARLETTA	1
BICCARI	1
BINETTO	1
BISCEGLIE	1
BITETTO	1
BITONTO	1
BITRITTO	1
BOTRUGNO	1
BOVINO	1
BRINDISI	1
CAGNANO VARANO	1
CALIMERA	1
CAMPI SALENTINA	1
CANDELA	1
CANNOLE	1
CANOSA DI PUGLIA	1
CAPRARICA DI LECCE	1
CAPURSO	1
CARAPELLE	1
CARLANTINO	1
CARMIANO	1
CAROSINO	1
CAROVIGNO	1
CARPIGNANO SALENTINO	1
CARPINO	1
CASALNUOVO MONTEROTARO	1
CASALVECCHIO DI PUGLIA	1
CASAMASSIMA	1
CASARANO	1
CASSANO DELLE MURGE	1
CASTELLANA GROTTE	1
CASTELLANETA	1
CASTELLUCCIO DEI SAURI	1
CASTELLUCCIO VALMAGGIORE	1
CASTELNUOVO DELLA DAUNIA	1
CASTRI DI LECCE	1
CASTRIGNANO DE' GRECI	1
CASTRIGNANO DEL CAPO	1
CASTRO	1
CAVALLINO	1
CEGLIE MESSAPICA	1
CELENZA VALFORTORE	1
CELLAMARE	1
CELLE DI SAN VITO	1
CELLINO SAN MARCO	1
CERIGNOLA	1
CHIEUTI	1
CISTERNINO	1
COLLEPASSO	1
CONVERSANO	1
COPERTINO	1
CORATO	1
CORIGLIANO D'OTRANTO	1
CORSANO	1
CRISPIANO	1
CURSI	1
CUTROFIANO	1
DELICETO	1
DISO	1
ERCHIE	1
FAETO	1
FAGGIANO	1
FASANO	1
FOGGIA	1
FRAGAGNANO	1
FRANCAVILLA FONTANA	1
GAGLIANO DEL CAPO	1
GALATINA	1
GALATONE	1
GALLIPOLI	1
GINOSA	1
GIOIA DEL COLLE	1
GIOVINAZZO	1
GIUGGIANELLO	1
GIURDIGNANO	1
GRAVINA IN PUGLIA	1
GROTTAGLIE	1
GRUMO APPULA	1
GUAGNANO	1
ISCHITELLA	1
ISOLE TREMITI	1
LATERZA	1
LATIANO	1
LECCE	1
LEPORANO	1
LEQUILE	1
LESINA	1
LEVERANO	1
LIZZANELLO	1
LIZZANO	1
LOCOROTONDO	1
LUCERA	1
MAGLIE	1
MANDURIA	1
MANFREDONIA	1
MARGHERITA DI SAVOIA	1
MARTANO	1
MARTIGNANO	1
MARTINA FRANCA	1
MARUGGIO	1
MASSAFRA	1
MATINO	1
MATTINATA	1
MELENDUGNO	1
MELISSANO	1
MELPIGNANO	1
MESAGNE	1
MIGGIANO	1
MINERVINO DI LECCE	1
MINERVINO MURGE	1
MODUGNO	1
MOLA DI BARI	1
MOLFETTA	1
MONOPOLI	1
MONTE SANT'ANGELO	1
MONTEIASI	1
MONTELEONE DI PUGLIA	1
MONTEMESOLA	1
MONTEPARANO	1
MONTERONI DI LECCE	1
MONTESANO SALENTINO	1
MORCIANO DI LEUCA	1
MOTTA MONTECORVINO	1
MOTTOLA	1
MURO LECCESE	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Comune	Gruppo
NARDO'	1
NEVIANO	1
NOCI	1
NOCIGLIA	1
NOICATTARO	1
NOVOLI	1
ORDONA	1
ORIA	1
ORSARA DI PUGLIA	1
ORTA NOVA	1
ORTELLE	1
OSTUNI	1
OTRANTO	1
PALAGIANELLO	1
PALAGIANO	1
PALMARIGGI	1
PALO DEL COLLE	1
PANNI	1
PARABITA	1
PATU'	1
PESCHICI	1
PIETRAMONTECORVINO	1
POGGIARDO	1
POGGIO IMPERIALE	1
POGGIORSINI	1
POLIGNANO A MARE	1
PORTO CESAREO	1
PRESICCE	1
PULSANO	1
PUTIGNANO	1
RACALE	1
RIGNANO GARGANICO	1
ROCCAFORZATA	1
ROCCHETTA SANT'ANTONIO	1
RODI GARGANICO	1
ROSETO VALFORTORE	1
RUFFANO	1
RUTIGLIANO	1
RUVO DI PUGLIA	1
SALICE SALENTINO	1
SALVE	1
SAMMICHELE DI BARI	1
SAN CASSIANO	1
SAN CESARIO DI LECCE	1
SAN DONACI	1
SAN DONATO DI LECCE	1
SAN FERDINANDO DI PUGLIA	1
SAN GIORGIO IONICO	1
SAN GIOVANNI ROTONDO	1
SAN MARCO IN LAMIS	1
SAN MARCO LA CATOLA	1
SAN MARZANO DI SAN GIUSEPPE	1
SAN MICHELE SALENTINO	1
SAN PANCRAZIO SALENTINO	1
SAN PAOLO DI CIVITATE	1
SAN PIETRO IN LAMA	1
SAN PIETRO VERNOTICO	1
SAN SEVERO	1
SAN VITO DEI NORMANNI	1
SANARICA	1
SANNICANDRO DI BARI	1
SANNICANDRO GARGANICO	1
SANNICOLA	1
SANTA CESAREA TERME	1
SANT'AGATA DI PUGLIA	1
SANTERAMO IN COLLE	1
SAVA	1
SCORRANO	1
SECLI'	1
SERRACAPRIOLA	1
SOGLIANO CAVOUR	1
SOLETO	1
SPECCHIA	1
SPINAZZOLA	1
SPONGANO	1
SQUINZANO	1
STATTE	1
STERNATIA	1
STORNARA	1
STORNARELLA	1
SUPERSANO	1
SURANO	1
SURBO	1
TARANTO	1
TAURISANO	1
TAVIANO	1
TERLIZZI	1
TIGGIANO	1
TORCHIAROLO	1
TORITTO	1
TORRE SANTA SUSANNA	1
TORREMAGGIORE	1
TORRICELLA	1
TRANI	1
TREPUZZI	1
TRICASE	1
TRIGGIANO	1
TRINITAPOLI	1
TROIA	1
TUGLIE	1
TURI	1
UGENTO	1
UGGIANO LA CHIESA	1
VALENZANO	1
VEGLIE	1
VERNOLE	1
VICO DEL GARGANO	1
VIESTE	1
VILLA CASTELLI	1
VOLTURARA APPULA	1
VOLTURINO	1
ZAPPONETA	1
ZOLLINO	1

REGIONE SARDEGNA

Comune	Gruppo
ABBASANTA	1
AGGIUS	1
AGLIENTU	1
AIDOMAGGIORE	1
ALA' DEI SARDI	1
ALBAGIARA	1
ALES	1
ALGHERO	1
ALLAI	1
ANELA	1
ARBOREA	1
ARBUS	1
ARDARA	1
ARDAULI	1
ARITZO	1
ARMUNGIA	1
ARZACHENA	1
ARZANA	1
ASSEMINI	1
ASSOLO	1
ASUNI	1
ATZARA	1
AUSTIS	1
BADESI	1
BALLAO	1
BANARI	1
BARADILI	1
BARATILI SAN PIETRO	1
BARESSA	1
BARI SARDO	1
BARRALI	1
BARUMINI	1
BAULADU	1
BAUNEI	1
BELVI	1
BENETUTTI	1
BERCHIDDA	1
BESSUDE	1
BIDONI'	1
BIRORI	1
BITTI	1
BOLOTANA	1
BONARCADO	1
BONNANARO	1
BONO	1
BONORVA	1
BORONEDDU	1
BORORE	1
BORTIGALI	1
BORTIGIADAS	1
BORUTTA	1
BOSA	1
BOTTIDDA	1
BUDDUSO'	1
BUDONI	1
BUGGERRU	1
BULTEI	1
BULZI	1
BURCEI	1
BURGOS	1
BUSACHI	1
CABRAS	1
CAGLIARI	1
CALANGIANUS	1
CALASETTA	1
CAPOTERRA	1
CARBONIA	1
CARDEDU	1
CARGEGHE	1
CARLOFORTE	1
CASTELSARDO	1
CASTIADAS	1
CHEREMULE	1
CHIARAMONTI	1
CODRONGIANOS	1
COLLINAS	1
COSSOINE	1
CUGLIERI	1
CURCURIS	1
DECIMOMANNU	1
DECIMOPUTZU	1
DESULO	1
DOLIANOVA	1
DOMUS DE MARIA	1
DOMUSNOVAS	1
DONORI'	1
DORGALI	1
DUALCHI	1
ELINI	1
ELMAS	1
ERULA	1
ESCALAPLANO	1
ESCOLCA	1
ESPORLATU	1
ESTERZILI	1
FLORINAS	1
FLUMINIMAGGIORE	1
FLUSSIO	1
FONNI	1
FORDONGIANUS	1
FURTEI	1
GADONI	1
GAIRO	1
GALTELLI	1
GAVOI	1
GENONI	1
GENURI	1
GERGEI	1
GESICO	1
GESTURI	1
GHILARZA	1
GIAVE	1
GIBA	1
GIRASOLE	1
GOLFO ARANCI	1
GONI	1
GONNESA	1
GONNOSCODINA	1
GONNOSFANADIGA	1
GONNOSNO'	1
GONNOSTRAMATZA	1
GUAMAGGIORE	1
GUASILA	1
GUSPINI	1
IGLESIAS	1
ILBONO	1
ILLORAI	1
IRGOLI	1
ISILI	1
ITTIREDDU	1
ITTIRI	1
JERZU	1
LA MADDALENA	1
LACONI	1
LAERRU	1
LANUSEI	1
LAS PLASSAS	1
LEI	1
LOCERI	1
LOCULI	1
LODE'	1
LODINE	1
LOIRI PORTO SAN PAOLO	1
LOTZORAI	1
LULA	1
LUNAMATRONA	1
LUOGOSANTO	1
LURAS	1
MACOMER	1
MAGOMADAS	1
MAMOIADA	1
MANDAS	1
MARA	1
MARACALAGONIS	1
MARRUBIU	1
MARTIS	1
MASAINAS	1
MASULLAS	1
MEANA SARDO	1
MILIS	1
MODOLO	1
MOGORELLA	1
MOGORO	1
MONASTIR	1
MONSERRATO	1
MONTELEONE ROCCA DORIA	1
MONTI	1
MONTRESTA	1
MORES	1
MORGONGIORI	1
MURAVERA	1
MUROS	1
MUSEI	1
NARBOLIA	1
NARCAO	1
NEONELI	1
NORAGUGUME	1
NORBELLO	1
NUGHEDU DI SAN NICOLO'	1
NUGHEDU SANTA VITTORIA	1
NULE	1
NULVI	1
NUORO	1
NURACHI	1
NURAGUS	1
NURALLAO	1
NURAMINIS	1
NURECI	1
NURRI	1
NUXIS	1
OLBIA	1
OLIENA	1
OLLASTRA	1
OLLOLAI	1
OLMEDO	1
OLZAI	1
ONANI	1
ONIFAI	1
ONIFERI	1
ORANI	1
ORGOSOLO	1
ORISTANO	1
OROSEI	1
OROTELLI	1
ORROLI	1
ORTACESUS	1
ORTUERI	1
ORUNE	1
OSCHIRI	1
OSIDDA	1
OSILO	1
OSINI	1
OSSI	1
OTTANA	1
OVODDA	1
OZIERI	1
PABILLONIS	1
PADRIA	1
PADRU	1
PALAU	1
PALMAS ARBOREA	1
PATTADA	1
PAU	1
PAULI ARBAREI	1
PAULILATINO	1
PERDASDEFOGU	1
PERDAXIUS	1
PERFUGAS	1
PIMENTEL	1
PISCINAS	1
PLOAGHE	1
POMPU	1
PORTO TORRES	1
PORTOSCUSO	1
POSADA	1
POZZOMAGGIORE	1
PULA	1
PUTIFIGARI	1
QUARTU SANT'ELENA	1
QUARTUCCIU	1
RIOLA SARDO	1
ROMANA	1
RUINAS	1
SADALI	1
SAGAMA	1
SAMASSI	1
SAMATZAI	1
SAMUGHEO	1
SAN BASILIO	1
SAN GAVINO MONREALE	1
SAN GIOVANNI SUERGIU	1
SAN NICOLO' D'ARCIDANO	1
SAN NICOLO' GERREI	1
SAN SPERATE	1
SAN TEODORO	1
SAN VERO MILIS	1
SAN VITO	1
SANLURI	1
SANTA GIUSTA	1
SANTA MARIA COGHINAS	1
SANTA TERESA GALLURA	1
SANTADI	1
SANT'ANDREA FRIUS	1
SANT'ANNA ARRESI	1
SANT'ANTIOCO	1
SANT'ANTONIO DI GALLURA	1
SANTU LUSSURGIU	1
SARDARA	1
SARROCH	1
SARULE	1
SASSARI	1
SCANO DI MONTIFERRO	1
SEDILO	1
SEDINI	1
SEGARIU	1
SELARGIUS	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

SELEGAS	1
SEMESTENE	1
SENEGHE	1
SENIS	1
SENNARIOLO	1
SENNORI	1
SENORBI'	1
SERDIANA	1
SERRAMANNA	1
SERRENTI	1
SERRI	1
SESTU	1
SETTIMO SAN PIETRO	1
SETZU	1
SEUI	1
SEULO	1
SIAMAGGIORE	1
SIAMANNA	1
SIAPICCIA	1
SIDDI	1
SILANUS	1
SILIGO	1
SILIQUA	1
SILIUS	1
SIMALA	1
SIMAXIS	1
SINDIA	1
SINI	1
SINISCOLA	1
SINNAI	1
SIRIS	1
SIURGUS DONIGALA	1
SODDI	1
SOLARUSSA	1
SOLEMINIS	1
SORGONO	1
SORRADILE	1
SORSO	1
STINTINO	1
SUELLI	1
SUNI	1
TADASUNI	1
TALANA	1
TELTI	1
TEMPIO PAUSANIA	1
TERGU	1
TERRALBA	1
TERTENIA	1
TETI	1
TEULADA	1
THIESI	1
TIANA	1
TINNURA	1
TISSI	1
TONARA	1
TORPE'	1
TORRALBA	1
TORTOLI'	1
TRAMATZA	1
TRATALIAS	1
TRESNURAGHES	1
TRIEI	1
TRINITA' D'AGULTU E VIGNOLA	1
TUILI	1
TULA	1
TURRI	1
ULA' TIRSO	1
ULASSAI	1
URAS	1
URI	1
URZULEI	1
USELLUS	1
USINI	1
USSANA	1
USSARAMANNA	1
USSASSAI	1
UTA	1
VALLEDORIA	1
VALLERMOSA	1
VIDDALBA	1
VILLA SAN PIETRO	1
VILLA SANT'ANTONIO	1
VILLA VERDE	1
VILLACIDRO	1
VILLAGRANDE STRISAILI	1
VILLAMAR	1
VILLAMASSARGIA	1
VILLANOVA MONTELEONE	1
VILLANOVA TRUSCHEDU	1
VILLANOVA TULO	1
VILLANOVAFORRU	1
VILLANOVAFRANCA	1
VILLAPERUCCIO	1
VILLAPUTZU	1
VILLASALTO	1
VILLASIMIUS	1
VILLASOR	1
VILLASPECIOSA	1
VILLAURBANA	1
ZEDDIANI	1
ZERFALIU	1

REGIONE SICILIA

ACATE	1
ACI BONACCORSI	1
ACI CASTELLO	1
ACI CATENA	1
ACI SANT'ANTONIO	1
ACIREALE	1
ACQUAVIVA PLATANI	1
ACQUEDOLCI	1
ADRANO	1
AGIRA	1
AGRIGENTO	1
AIDONE	1
ALCAMO	1
ALCARA LI FUSI	1
ALESSANDRIA DELLA ROCCA	1
ALI'	1
ALI' TERME	1
ALIA	1
ALIMENA	1
ALIMINUSA	1
ALTAVILLA MILICIA	1
ALTOFONTE	1
ANTILLO	1
ARAGONA	1
ASSORO	1
AUGUSTA	1
AVOLA	1
BAGHERIA	1
BALESTRATE	1
BARCELLONA POZZO DI GOTTO	1
BARRAFRANCA	1
BASICO'	1
BAUCINA	1
BELMONTE MEZZAGNO	1
BELPASSO	1
BIANCAVILLA	1
BISACQUINO	1
BIVONA	1
BLUFI	1
BOLOGNETTA	1
BOMPENSIERE	1
BOMPIETRO	1
BORGETTO	1
BROLO	1
BRONTE	1
BUCCHERI	1
BURGIO	1
BUSCEMI	1
BUSETO PALIZZOLO	1
BUTERA	1
CACCAMO	1
CALAMONACI	1
CALASCIBETTA	1
CALATABIANO	1
CALATAFIMI	1
CALTABELLOTTA	1
CALTAGIRONE	1
CALTANISSETTA	1
CALTAVUTURO	1
CAMASTRA	1
CAMMARATA	1
CAMPOBELLO DI LICATA	1
CAMPOBELLO DI MAZARA	1
CAMPOFELICE DI FITALIA	1
CAMPOFELICE DI ROCCELLA	1
CAMPOFIORITO	1
CAMPOFRANCO	1
CAMPOREALE	1
CAMPOROTONDO ETNEO	1
CANICATTI'	1
CANICATTINI BAGNI	1
CAPACI	1
CAPIZZI	1
CAPO D'ORLANDO	1
CAPRI LEONE	1
CARINI	1
CARLENTINI	1
CARONIA	1
CASALVECCHIO SICULO	1
CASSARO	1
CASTEL DI IUDICA	1
CASTEL DI LUCIO	1
CASTELBUONO	1
CASTELDACCIA	1
CASTELLAMMARE DEL GOLFO	1
CASTELLANA SICULA	1
CASTELL'UMBERTO	1
CASTELMOLA	1
CASTELTERMINI	1
CASTELVETRANO	1
CASTIGLIONE DI SICILIA	1
CASTROFILIPPO	1
CASTRONOVO DI SICILIA	1
CASTROREALE	1
CATANIA	1
CATENANUOVA	1
CATTOLICA ERACLEA	1
CEFALA' DIANA	1
CEFALU'	1
CENTURIPE	1
CERAMI	1
CERDA	1
CESARO'	1
CHIARAMONTE GULFI	1
CHIUSA SCLAFANI	1
CIANCIANA	1
CIMINNA	1
CINISI	1
COLLESANO	1
COMISO	1
COMITINI	1
CONDRO'	1
CONTESSA ENTELLINA	1
CORLEONE	1
CUSTONACI	1
DELIA	1
ENNA	1
ERICE	1
FALCONE	1
FAVARA	1
FAVIGNANA	1
FERLA	1
FICARAZZI	1
FICARRA	1
FIUMEDINISI	1
FIUMEFREDDO DI SICILIA	1
FLORESTA	1
FLORIDIA	1
FONDACHELLI-FANTINA	1
FORZA D'AGRO'	1
FRANCAVILLA DI SICILIA	1
FRANCOFONTE	1
FRAZZANO'	1
FURCI SICULO	1
FURNARI	1
GAGGI	1
GAGLIANO CASTELFERRATO	1
GALATI MAMERTINO	1
GALLODORO	1
GANGI	1
GELA	1
GERACI SICULO	1
GIARDINELLO	1
GIARDINI-NAXOS	1
GIARRATANA	1
GIARRE	1
GIBELLINA	1
GIOIOSA MAREA	1
GIULIANA	1
GODRANO	1
GRAMMICHELE	1
GRANITI	1
GRATTERI	1
GRAVINA DI CATANIA	1
GROTTE	1
GUALTIERI SICAMINO'	1
ISNELLO	1
ISOLA DELLE FEMMINE	1
ISPICA	1
ITALA	1
JOPPOLO GIANCAXIO	1
LAMPEDUSA E LINOSA	1
LASCARI	1
LENI	1
LENTINI	1
LEONFORTE	1
LERCARA FRIDDI	1
LETOJANNI	1
LIBRIZZI	1
LICATA	1
LICODIA EUBEA	1
LIMINA	1
LINGUAGLOSSA	1
LIPARI	1
LONGI	1
LUCCA SICULA	1
MALETTO	1
MALFA	1
MALVAGNA	1
MANDANICI	1
MANIACE	1
MARIANOPOLI	1
MARINEO	1
MARSALA	1
MASCALI	1
MASCALUCIA	1
MAZARA DEL VALLO	1
MAZZARINO	1
MAZZARRA' SANT'ANDREA	1
MAZZARRONE	1
MELILLI	1
MENFI	1
MERI'	1
MESSINA	1
MEZZOJUSO	1
MILAZZO	1
MILENA	1
MILITELLO IN VAL DI CATANIA	1
MILITELLO ROSMARINO	1
MILO	1
MINEO	1
MIRABELLA IMBACCARI	1
MIRTO	1
MISILMERI	1
MISTERBIANCO	1
MISTRETTA	1
MODICA	1
MOIO ALCANTARA	1
MONFORTE SAN GIORGIO	1
MONGIUFFI MELIA	1
MONREALE	1
MONTAGNAREALE	1
MONTALBANO ELICONA	1
MONTALLEGRO	1
MONTEDORO	1
MONTELEPRE	1
MONTEMAGGIORE BELSITO	1
MONTEROSSO ALMO	1
MONTEVAGO	1
MOTTA CAMASTRA	1
MOTTA D'AFFERMO	1
MOTTA SANT'ANASTASIA	1
MUSSOMELI	1
NARO	1
NASO	1
NICOLOSI	1
NICOSIA	1
NISCEMI	1
NISSORIA	1
NIZZA DI SICILIA	1
NOTO	1
NOVARA DI SICILIA	1
OLIVERI	1
PACE DEL MELA	1
PACECO	1
PACHINO	1
PAGLIARA	1
PALAGONIA	1
PALAZZO ADRIANO	1
PALAZZOLO ACREIDE	1
PALERMO	1
PALMA DI MONTECHIARO	1
PANTELLERIA	1
PARTANNA	1
PARTINICO	1
PATERNO'	1
PATTI	1
PEDARA	1
PETRALIA SOPRANA	1
PETRALIA SOTTANA	1
PETROSINO	1
PETTINEO	1
PIANA DEGLI ALBANESI	1
PIAZZA ARMERINA	1
PIEDIMONTE ETNEO	1
PIETRAPERZIA	1
PIRAINO	1
POGGIOREALE	1
POLIZZI GENEROSA	1
POLLINA	1
PORTO EMPEDOCLE	1
PORTOPALO DI CAPO PASSERO	1
POZZALLO	1
PRIOLO GARGALLO	1
PRIZZI	1
RACALMUTO	1
RACCUJA	1
RADDUSA	1
RAFFADALI	1
RAGALNA	1
RAGUSA	1
RAMACCA	1
RANDAZZO	1
RAVANUSA	1
REALMONTE	1
REGALBUTO	1
REITANO	1
RESUTTANO	1
RIBERA	1
RIESI	1
RIPOSTO	1
ROCCAFIORITA	1
ROCCALUMERA	1
ROCCAMENA	1
ROCCAPALUMBA	1
ROCCAVALDINA	1
ROCCELLA VALDEMONE	1
RODI' MILICI	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

ROMETTA	1
ROSOLINI	1
SALAPARUTA	1
SALEMI	1
SAMBUCA DI SICILIA	1
SAN BIAGIO PLATANI	1
SAN CATALDO	1
SAN CIPIRELLO	1
SAN CONO	1
SAN FILIPPO DEL MELA	1
SAN FRATELLO	1
SAN GIOVANNI GEMINI	1
SAN GIOVANNI LA PUNTA	1
SAN GIUSEPPE JATO	1
SAN GREGORIO DI CATANIA	1
SAN MARCO D'ALUNZIO	1
SAN MAURO CASTELVERDE	1
SAN MICHELE DI GANZARIA	1
SAN PIER NICETO	1
SAN PIERO PATTI	1
SAN PIETRO CLARENZA	1
SAN SALVATORE DI FITALIA	1
SAN TEODORO	1
SAN VITO LO CAPO	1
SANTA CATERINA VILLARMOSA	1
SANTA CRISTINA GELA	1
SANTA CROCE CAMERINA	1
SANTA DOMENICA VITTORIA	1
SANTA ELISABETTA	1
SANTA FLAVIA	1
SANTA LUCIA DEL MELA	1
SANTA MARGHERITA DI BELICE	1
SANTA MARIA DI LICODIA	1
SANTA MARINA SALINA	1
SANTA NINFA	1
SANTA TERESA DI RIVA	1
SANTA VENERINA	1
SANT'AGATA DI MILITELLO	1
SANT'AGATA LI BATTIATI	1
SANT'ALESSIO SICULO	1
SANT'ALFIO	1
SANT'ANGELO DI BROLO	1
SANT'ANGELO MUXARO	1
SANTO STEFANO DI CAMASTRA	1
SANTO STEFANO QUISQUINA	1
SAPONARA	1
SAVOCA	1
SCALETTA ZANCLEA	1
SCIACCA	1
SCIARA	1
SCICLI	1
SCILLATO	1
SCLAFANI BAGNI	1
SCORDIA	1
SERRADIFALCO	1
SICULIANA	1
SINAGRA	1
SIRACUSA	1
SOLARINO	1
SOMMATINO	1
SORTINO	1
SPADAFORA	1
SPERLINGA	1
SUTERA	1
TAORMINA	1
TERME VIGLIATORE	1
TERMINI IMERESE	1
TERRASINI	1
TORREGROTTA	1
TORRENOVA	1
TORRETTA	1
TORTORICI	1
TRABIA	1
TRAPANI	1
TRAPPETO	1
TRECASTAGNI	1
TREMESTIERI ETNEO	1
TRIPI	1
TROINA	1
TUSA	1
UCRIA	1
USTICA	1
VALDERICE	1
VALDINA	1
VALGUARNERA CAROPEPE	1
VALLEDOLMO	1
VALLELUNGA PRATAMENO	1
VALVERDE	1
VENETICO	1
VENTIMIGLIA DI SICILIA	1
VIAGRANDE	1
VICARI	1
VILLABATE	1
VILLAFRANCA SICULA	1
VILLAFRANCA TIRRENA	1
VILLAFRATI	1
VILLALBA	1
VILLAROSA	1
VITA	1
VITTORIA	1
VIZZINI	1
ZAFFERANA ETNEA	1

REGIONE TOSCANA

ABBADIA SAN SALVATORE	1
ABETONE	1
AGLIANA	1
ALTOPASCIO	1
ANGHIARI	1
ARCIDOSSO	1
AREZZO	1
ASCIANO	1
AULLA	1
BADIA TEDALDA	1
BAGNI DI LUCCA	1
BAGNO A RIPOLI	1
BAGNONE	1
BARBERINO DI MUGELLO	1
BARBERINO VAL D'ELSA	1
BARGA	1
BIBBIENA	1
BIBBONA	1
BIENTINA	1
BORGO A MOZZANO	1
BORGO SAN LORENZO	1
BUCINE	1
BUGGIANO	1
BUONCONVENTO	1
BUTI	1
CALCI	1
CALCINAIA	2
CALENZANO	1
CAMAIORE	1
CAMPAGNATICO	1
CAMPI BISENZIO	1
CAMPIGLIA MARITTIMA	1
CAMPO NELL'ELBA	1
CAMPORGIANO	1
CANTAGALLO	1
CAPALBIO	1
CAPANNOLI	1
CAPANNORI	1
CAPOLIVERI	1
CAPOLONA	1
CAPRAIA E LIMITE	2
CAPRAIA ISOLA	1
CAPRESE MICHELANGELO	1
CAREGGINE	1
CARMIGNANO	1
CARRARA	1
CASALE MARITTIMO	1
CASCIANA TERME	1
CASCINA	1
CASOLA IN LUNIGIANA	1
CASOLE D'ELSA	1
CASTAGNETO CARDUCCI	1
CASTEL DEL PIANO	1
CASTEL FOCOGNANO	1
CASTEL SAN NICCOLO'	1
CASTELFIORENTINO	1
CASTELFRANCO DI SOPRA	1
CASTELFRANCO DI SOTTO	1
CASTELL'AZZARA	1
CASTELLINA IN CHIANTI	1
CASTELLINA MARITTIMA	1
CASTELNUOVO BERARDENGA	1
CASTELNUOVO DI GARFAGNANA	1
CASTELNUOVO DI VAL DI CECINA	1
CASTIGLION FIBOCCHI	1
CASTIGLION FIORENTINO	1
CASTIGLIONE DELLA PESCAIA	1
CASTIGLIONE DI GARFAGNANA	1
CASTIGLIONE D'ORCIA	1
CAVRIGLIA	1
CECINA	1
CERRETO GUIDI	1
CERTALDO	1
CETONA	1
CHIANCIANO TERME	1
CHIANNI	1
CHIESINA UZZANESE	1
CHITIGNANO	1
CHIUSDINO	1
CHIUSI	1
CHIUSI DELLA VERNA	1
CINIGIANO	1
CIVITELLA IN VAL DI CHIANA	1
CIVITELLA PAGANICO	1
COLLE DI VAL D'ELSA	1
COLLESALVETTI	1
COMANO	1
COREGLIA ANTELMINELLI	1
CORTONA	1
CRESPINA	1
CUTIGLIANO	1
DICOMANO	1
EMPOLI	4
FABBRICHE DI VALLICO	1
FAUGLIA	1
FIESOLE	1
FIGLINE VALDARNO	1
FILATTIERA	1
FIRENZE	1
FIRENZUOLA	1
FIVIZZANO	1
FOIANO DELLA CHIANA	1
FOLLONICA	1
FORTE DEI MARMI	1
FOSCIANDORA	1
FOSDINOVO	1
FUCECCHIO	1
GAIOLE IN CHIANTI	1
GALLICANO	1
GAMBASSI TERME	1
GAVORRANO	1
GIUNCUGNANO	1
GREVE IN CHIANTI	1
GROSSETO	1
GUARDISTALLO	1
IMPRUNETA	1
INCISA IN VAL D'ARNO	1
ISOLA DEL GIGLIO	1
LAJATICO	1
LAMPORECCHIO	1
LARCIANO	1
LARI	1
LASTRA A SIGNA	1
LATERINA	1
LICCIANA NARDI	1
LIVORNO	1
LONDA	1
LORENZANA	1
LORO CIUFFENNA	1
LUCCA	1
LUCIGNANO	1
MAGLIANO IN TOSCANA	1
MANCIANO	1
MARCIANA	1
MARCIANA MARINA	1
MARCIANO DELLA CHIANA	1
MARLIANA	1
MARRADI	1
MASSA	1
MASSA E COZZILE	1
MASSA MARITTIMA	1
MASSAROSA	1
MINUCCIANO	1
MOLAZZANA	1
MONSUMMANO TERME	1
MONTAIONE	1
MONTALCINO	1
MONTALE	1
MONTE ARGENTARIO	1
MONTE SAN SAVINO	1
MONTECARLO	1
MONTECATINI VAL DI CECINA	1
MONTECATINI-TERME	1
MONTELUPO FIORENTINO	1
MONTEMIGNAIO	1
MONTEMURLO	1
MONTEPULCIANO	1
MONTERCHI	1
MONTERIGGIONI	1
MONTERONI D'ARBIA	1
MONTEROTONDO MARITTIMO	1
MONTESCUDAIO	1
MONTESPERTOLI	1
MONTEVARCHI	1
MONTEVERDI MARITTIMO	1
MONTICIANO	1
MONTIERI	1
MONTIGNOSO	1
MONTOPOLI IN VAL D'ARNO	1
MULAZZO	1
MURLO	1
ORBETELLO	1
ORCIANO PISANO	1
ORTIGNANO RAGGIOLO	1
PALAIA	1
PALAZZUOLO SUL SENIO	1
PECCIOLI	1
PELAGO	1
PERGINE VALDARNO	1
PESCAGLIA	1
PESCIA	1
PIAN DI SCO	1
PIANCASTAGNAIO	1
PIAZZA AL SERCHIO	1
PIENZA	1
PIETRASANTA	1
PIEVE A NIEVOLE	1
PIEVE FOSCIANA	1
PIEVE SANTO STEFANO	1
PIOMBINO	1
PISA	1
PISTOIA	1
PITEGLIO	1
PITIGLIANO	1
PODENZANA	1
POGGIBONSI	1
POGGIO A CAIANO	1
POMARANCE	1
PONSACCO	1
PONTASSIEVE	1
PONTE BUGGIANESE	1
PONTEDERA	1
PONTREMOLI	1
POPPI	1
PORCARI	1
PORTO AZZURRO	1
PORTOFERRAIO	1
PRATO	1
PRATOVECCHIO	1
QUARRATA	1
RADDA IN CHIANTI	1
RADICOFANI	1
RADICONDOLI	1
RAPOLANO TERME	1
REGGELLO	1
RIGNANO SULL'ARNO	1
RIO MARINA	1
RIO NELL'ELBA	1
RIPARBELLA	1
ROCCALBEGNA	1
ROCCASTRADA	1
ROSIGNANO MARITTIMO	1
RUFINA	1
SAMBUCA PISTOIESE	1
SAN CASCIANO DEI BAGNI	1
SAN CASCIANO IN VAL DI PESA	1
SAN GIMIGNANO	1
SAN GIOVANNI D'ASSO	1
SAN GIOVANNI VALDARNO	1
SAN GIULIANO TERME	1
SAN GODENZO	1
SAN MARCELLO PISTOIESE	1
SAN MINIATO	1
SAN PIERO A SIEVE	1
SAN QUIRICO D'ORCIA	1
SAN ROMANO IN GARFAGNANA	1
SAN VINCENZO	1
SANSEPOLCRO	1
SANTA CROCE SULL'ARNO	1
SANTA FIORA	1
SANTA LUCE	1
SANTA MARIA A MONTE	1
SARTEANO	1
SASSETTA	1
SCANDICCI	1
SCANSANO	1
SCARLINO	1
SCARPERIA	1
SEGGIANO	1
SEMPRONIANO	1
SERAVEZZA	1
SERRAVALLE PISTOIESE	1
SESTINO	1
SESTO FIORENTINO	1
SIENA	1
SIGNA	1
SILLANO	1
SINALUNGA	1
SORANO	1
SOVICILLE	1
STAZZEMA	1
STIA	2
SUBBIANO	1
SUVERETO	1
TALLA	1
TAVARNELLE VAL DI PESA	1
TERRANUOVA BRACCIOLINI	1
TERRICCIOLA	1
TORRITA DI SIENA	1
TREQUANDA	1
TRESANA	1
UZZANO	1
VAGLI SOTTO	1
VAGLIA	1
VAIANO	1
VECCHIANO	1
VERGEMOLI	1
VERNIO	1
VIAREGGIO	1
VICCHIO	1
VICOPISANO	1
VILLA BASILICA	1
VILLA COLLEMANDINA	1
VILLAFRANCA IN LUNIGIANA	1
VINCI	4
VOLTERRA	1
ZERI	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

REGIONE TRENTINO ALTO ADIGE

ALA	1
ALBIANO	1
ALDENO	1
ALDINO	1
AMBLAR	1
ANDALO	1
ANDRIANO	1
ANTERIVO	1
APPIANO SULLA STRADA DEL VINO	1
ARCO	1
AVELENGO	1
AVIO	1
BADIA	1
BARBIANO	1
BASELGA DI PINE'	1
BEDOLLO	1
BERSONE	1
BESENELLO	1
BEZZECCA	1
BIENO	1
BLEGGIO INFERIORE	1
BLEGGIO SUPERIORE	1
BOCENAGO	1
BOLBENO	1
BOLZANO	1
BONDO	1
BONDONE	1
BORGO VALSUGANA	1
BOSENTINO	1
BRAIES	1
BREGUZZO	1
BRENNERO	1
BRENTONICO	1
BRESIMO	1
BRESSANONE	1
BREZ	1
BRIONE	1
BRONZOLO	1
BRUNICO	1
CADERZONE	1
CAGNO'	1
CAINES	1
CALAVINO	1
CALCERANICA AL LAGO	1
CALDARO SULLA STRADA DEL VINO	1
CALDES	1
CALDONAZZO	1
CALLIANO	1
CAMPITELLO DI FASSA	1
CAMPO DI TRENS	1
CAMPO TURES	1
CAMPODENNO	1
CANAL SAN BOVO	1
CANAZEI	1
CAPRIANA	1
CARANO	1
CARISOLO	1
CARZANO	1
CASTEL CONDINO	1
CASTELBELLO-CIARDES	1
CASTELFONDO	1
CASTELLO TESINO	1
CASTELLO-MOLINA DI FIEMME	1
CASTELNUOVO	1
CASTELROTTO	1
CAVALESE	1
CAVARENO	1
CAVEDAGO	1
CAVEDINE	1
CAVIZZANA	1
CEMBRA	1
CENTA SAN NICOLO'	1
CERMES	1
CHIENES	1
CHIUSA	1
CIMEGO	1
CIMONE	1
CINTE TESINO	1
CIS	1
CIVEZZANO	1
CLES	1
CLOZ	1
COMMEZZADURA	1
CONCEI	1
CONDINO	1
COREDO	1
CORNEDO ALL'ISARCO	1
CORTACCIA SULLA STRADA DEL VINO	1
CORTINA SULLA STRADA DEL VINO	1
CORVARA IN BADIA	1
CROVIANA	1
CUNEVO	1
CURON VENOSTA	1
DAIANO	1
DAMBEL	1
DAONE	1
DARE'	1
DENNO	1
DIMARO	1
DOBBIACO	1
DON	1
DORSINO	1
DRENA	1
DRO	1
EGNA	1
FAEDO	1
FAI DELLA PAGANELLA	1
FALZES	1
FAVER	1
FIAVE'	1
FIE' ALLO SCILIAR	1
FIERA DI PRIMIERO	1
FIEROZZO	1
FLAVON	1
FOLGARIA	1
FONDO	1
FORNACE	1
FORTEZZA	1
FRASSILONGO	1
FUNES	1
GAIS	1
GARGAZZONE	1
GARNIGA TERME	1
GIOVO	1
GIUSTINO	1
GLORENZA	1
GRAUNO	1
GRIGNO	1
GRUMES	1
IMER	1
ISERA	1
IVANO-FRACENA	1
LA VALLE	1
LACES	1
LAGUNDO	1
LAION	1
LAIVES	1
LANA	1
LARDARO	1
LASA	1
LASINO	1
LAUREGNO	1
LAVARONE	1
LAVIS	1
LEVICO TERME	1
LISIGNAGO	1
LIVO	1
LOMASO	1
LONA-LASES	1
LUSERNA	1
LUSON	1
MAGRE' SULLA STRADA DEL VINO	1
MALE'	1
MALLES VENOSTA	1
MALOSCO	1
MAREBBE	1
MARLENGO	1
MARTELLO	1
MASSIMENO	1
MAZZIN	1
MELTINA	1
MERANO	1
MEZZANA	1
MEZZANO	1
MEZZOCORONA	1
MEZZOLOMBARDO	1
MOENA	1
MOLINA DI LEDRO	1
MOLVENO	1
MONCLASSICO	1
MONGUELFO	1
MONTAGNA	1
MONTAGNE	1
MORI	1
MOSO IN PASSIRIA	1
NAGO-TORBOLE	1
NALLES	1
NANNO	1
NATURNO	1
NAVE SAN ROCCO	1
NAZ-SCIAVES	1
NOGAREDO	1
NOMI	1
NOVA LEVANTE	1
NOVA PONENTE	1
NOVALEDO	1
ORA	1
ORTISEI	1
OSPEDALETTO	1
OSSANA	1
PADERGNONE	1
PALU' DEL FERSINA	1
PANCHIA'	1
PARCINES	1
PEIO	1
PELLIZZANO	1
PELUGO	1
PERCA	1
PERGINE VALSUGANA	1
PIEVE DI BONO	1
PIEVE DI LEDRO	1
PIEVE TESINO	1
PINZOLO	1
PLAUS	1
POMAROLO	1
PONTE GARDENA	1
POSTAL	1
POZZA DI FASSA	1
PRASO	1
PRATO ALLO STELVIO	1
PREDAZZO	1
PREDOI	1
PREORE	1
PREZZO	1
PROVES	1
RABBI	1
RACINES	1
RAGOLI	1
RASUN ANTERSELVA	1
RENON	1
REVO'	1
RIFIANO	1
RIO DI PUSTERIA	1
RIVA DEL GARDA	1
RODENGO	1
ROMALLO	1
ROMENO	1
RONCEGNO	1
RONCHI VALSUGANA	1
RONCONE	1
RONZO-CHIENIS	1
RONZONE	1
ROVERE' DELLA LUNA	1
ROVERETO	1
RUFFRE'	1
RUMO	1
SAGRON MIS	1
SALORNO	1
SAMONE	1
SAN CANDIDO	1
SAN GENESIO ATESINO	1
SAN LEONARDO IN PASSIRIA	1
SAN LORENZO DI SEBATO	1
SAN LORENZO IN BANALE	1
SAN MARTINO IN BADIA	1
SAN MARTINO IN PASSIRIA	1
SAN MICHELE ALL'ADIGE	1
SAN PANCRAZIO	1
SANTA CRISTINA VALGARDENA	1
SANT'ORSOLA TERME	1
SANZENO	1
SARENTINO	1
SARNONICO	1
SCENA	1
SCURELLE	1
SEGONZANO	1
SELVA DEI MOLINI	1
SELVA DI VAL GARDENA	1
SENALES	1
SENALE-SAN FELICE	1
SESTO	1
SFRUZ	1
SILANDRO	1
SIROR	1
SLUDERNO	1
SMARANO	1
SORAGA	1
SOVER	1
SPERA	1
SPIAZZO	1
SPORMAGGIORE	1
SPORMINORE	1
STELVIO	1
STENICO	1
STORO	1
STREMBO	1
STRIGNO	1
TAIO	1
TASSULLO	1
TELVE	1
TELVE DI SOPRA	1
TENNA	1
TENNO	1
TERENTO	1
TERLAGO	1
TERLANO	1
TERMENO SULLA STRADA DEL VINO	1
TERRAGNOLO	1
TERRES	1
TERZOLAS	1
TESERO	1
TESIMO	1
TIARNO DI SOPRA	1
TIARNO DI SOTTO	1
TIONE DI TRENTO	1
TIRES	1
TIROLO	1
TON	1
TONADICO	1
TORCEGNO	1
TRAMBILENO	1
TRANSACQUA	1
TRENTO	1
TRES	1
TRODENA	1
TUBRE	1
TUENNO	1
ULTIMO	1
VADENA	1
VAL DI VIZZE	1
VALDA	1
VALDAORA	1
VALFLORIANA	1
VALLARSA	1
VALLE AURINA	1
VALLE DI CASIES	1
VANDOIES	1
VARENA	1
VARNA	1
VATTARO	1
VELTURNO	1
VERANO	1
VERMIGLIO	1
VERVO'	1
VEZZANO	1
VIGNOLA-FALESINA	1
VIGO DI FASSA	1
VIGO RENDENA	1
VIGOLO VATTARO	1
VILLA AGNEDO	1
VILLA LAGARINA	1
VILLA RENDENA	1
VILLABASSA	1
VILLANDRO	1
VIPITENO	1
VOLANO	1
ZAMBANA	1
ZIANO DI FIEMME	1
ZUCLO	1

REGIONE UMBRIA

ACQUASPARTA	1
ALLERONA	1
ALVIANO	1
AMELIA	1
ARRONE	1
ASSISI	1
ATTIGLIANO	1
AVIGLIANO UMBRO	1
BASCHI	1
BASTIA	1
BETTONA	1
BEVAGNA	1
CALVI DELL'UMBRIA	1
CAMPELLO SUL CLITUNNO	1
CANNARA	1
CASCIA	1
CASTEL GIORGIO	1
CASTEL RITALDI	1
CASTEL VISCARDO	1
CASTIGLIONE DEL LAGO	1
CERRETO DI SPOLETO	1
CITERNA	1
CITTA' DELLA PIEVE	1
CITTA' DI CASTELLO	1
COLLAZZONE	1
CORCIANO	1
COSTACCIARO	1
DERUTA	1
FABRO	1
FERENTILLO	1
FICULLE	1
FOLIGNO	1
FOSSATO DI VICO	1
FRATTA TODINA	1
GIANO DELL'UMBRIA	1
GIOVE	1
GUALDO CATTANEO	1
GUALDO TADINO	1
GUARDEA	1
GUBBIO	1
LISCIANO NICCONE	1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

LUGNANO IN TEVERINA 1
MAGIONE 1
MARSCIANO 1
MASSA MARTANA 1
MONTE CASTELLO DI VIBIO 1
MONTE SANTA MARIA TIBERINA 1
MONTECASTRILLI 1
MONTECCHIO 1
MONTEFALCO 1
MONTEFRANCO 1
MONTEGABBIONE 1
MONTELEONE DI SPOLETO 1
MONTELEONE D'ORVIETO 1
MONTONE 1
NARNI 1
NOCERA UMBRA 1
NORCIA 1
ORVIETO 1
OTRICOLI 1
PACIANO 1
PANICALE 1
PARRANO 1
PASSIGNANO SUL TRASIMENO 1
PENNA IN TEVERINA 1
PERUGIA 1
PIEGARO 1
PIETRALUNGA 1
POGGIODOMO 1
POLINO 1
PORANO 1
PRECI 1
SAN GEMINI 1
SAN GIUSTINO 1
SAN VENANZO 1
SANT'ANATOLIA DI NARCO 1
SCHEGGIA E PASCELUPO 1
SCHEGGINO 1
SELLANO 1
SIGILLO 1
SPELLO 1
SPOLETO 1
STRONCONE 1
TERNI 1
TODI 1
TORGIANO 1
TREVI 1
TUORO SUL TRASIMENO 1
UMBERTIDE 1
VALFABBRICA 1
VALLO DI NERA 1
VALTOPINA 1

REGIONE VALLE D'AOSTA

ALLEIN 1
ANTEY-SAINT-ANDRE' 1
AOSTA 1
ARNAD 1
ARVIER 1
AVISE 1
AYAS 1
AYMAVILLES 1
BARD 1
BIONAZ 1
BRISSOGNE 1
BRUSSON 1
CHALLAND-SAINT-ANSELME 1
CHALLAND SAINT-VICTOR 1
CHAMBAVE 1
CHAMOIS 1
CHAMPDEPRAZ 1
CHAMPORCHER 1
CHARVENSOD 1
CHATILLON 1
COGNE 1
COURMAYEUR 1
DONNAS 1
DOUES 1
EMARESE 1
ETROUBLES 1
FENIS 1
FONTAINEMORE 1
GABY 1
GIGNOD 1
GRESSAN 1
GRESSONEY-LA-TRINITE' 1
GRESSONEY-SAINT-JEAN 1
HONE 1
INTROD 1
ISSIME 1
ISSOGNE 1
JOVENCAN 1
LA MAGDELEINE 1
LA SALLE 1
LA THUILE 1
LILLIANES 1
MONTJOVET 1
MORGEX 1
NUS 1
OLLOMONT 1
OYACE 1
PERLOZ 1
POLLEIN 1
PONTBOSET 1
PONTEY 1
PONT-SAINT-MARTIN 1
PRE'-SAINT-DIDIER 1
QUART 1
RHEMES-NOTRE-DAME 1
RHEMES-SAINT-GEORGES 1
ROISAN 1
SAINT CHRISTOPHE 1
SAINT-DENIS 1
SAINT-MARCEL 1
SAINT NICOLAS 1
SAINT-OYEN 1
SAINT-PIERRE 1
SAINT-RHEMY-EN-BOSSES 1
SAINT-VINCENT 1
SARRE 1
TORGNON 1
VALGRISENCHE 1
VALPELLINE 1
VALSAVARENCHE 1
VALTOURNENCHE 1
VERRAYES 1
VERRES 1
VILLENEUVE 1

REGIONE VENETO

ABANO TERME 1
ADRIA 1
AFFI 1
AGNA 1
AGORDO 1
AGUGLIARO 1
ALANO DI PIAVE 1
ALBAREDO D'ADIGE 1
ALBETTONE 1
ALBIGNASEGO 1
ALLEGHE 1
ALONTE 1
ALTAVILLA VICENTINA 1
ALTISSIMO 1
ALTIVOLE 1
ANGIARI 1
ANGUILLARA VENETA 1
ANNONE VENETO 1
ARCADE 1
ARCOLE 1
ARCUGNANO 1
ARIANO NEL POLESINE 1
ARQUA' PETRARCA 1
ARQUA' POLESINE 1
ARRE 1
ARSIE' 1
ARSIERO 1
ARZERGRANDE 1
ARZIGNANO 1
ASIAGO 1
ASIGLIANO VENETO 1
ASOLO 1
AURONZO DI CADORE 1
BADIA CALAVENA 1
BADIA POLESINE 1
BAGNOLI DI SOPRA 1
BAGNOLO DI PO 1
BAONE 1
BARBARANO VICENTINO 1
BARBONA 1
BARDOLINO 1
BASSANO DEL GRAPPA 1
BATTAGLIA TERME 1
BELFIORE 1
BELLUNO 1
BERGANTINO 1
BEVILACQUA 1
BOARA PISANI 1
BOLZANO VICENTINO 1
BONAVIGO 1
BORCA DI CADORE 1
BORGORICCO 1
BORSO DEL GRAPPA 1
BOSARO 1
BOSCHI SANT'ANNA 1
BOSCO CHIESANUOVA 1
BOVOLENTA 1
BOVOLONE 1
BREDA DI PIAVE 1
BREGANZE 1
BRENDOLA 1
BRENTINO BELLUNO 1
BRENZONE 1
BRESSANVIDO 1
BROGLIANO 1
BRUGINE 1
BUSSOLENGO 1
BUTTAPIETRA 1
CADONEGHE 1
CAERANO DI SAN MARCO 1
CALALZO DI CADORE 1
CALDIERO 1
CALDOGNO 1
CALTO 1
CALTRANO 1
CALVENE 1
CAMISANO VICENTINO 1
CAMPAGNA LUPIA 1
CAMPIGLIA DEI BERICI 1
CAMPO SAN MARTINO 1
CAMPODARSEGO 1
CAMPODORO 1
CAMPOLONGO MAGGIORE 1
CAMPOLONGO SUL BRENTA 1
CAMPONOGARA 1
CAMPOSAMPIERO 1
CANALE D'AGORDO 1
CANARO 1
CANDA 1
CANDIANA 1
CAORLE 1
CAPPELLA MAGGIORE 1
CAPRINO VERONESE
CARBONERA
CARCERI
CARMIGNANO DI BRENTA
CARRE'
CARTIGLIANO
CARTURA
CASALE DI SCODOSIA 1
CASALE SUL SILE 1
CASALEONE 1
CASALSERUGO 1
CASIER 1
CASSOLA 1
CASTAGNARO 1
CASTEGNERO 1
CASTEL D'AZZANO 1
CASTELBALDO 1
CASTELCUCCO 1
CASTELFRANCO VENETO 1
CASTELGOMBERTO 1
CASTELGUGLIELMO 1
CASTELLO DI GODEGO 1
CASTELLO LAVAZZO 1
CASTELMASSA 1
CASTELNOVO BARIANO 1
CASTELNUOVO DEL GARDA 1
CAVAION VERONESE 1
CAVALLINO-TREPORTI 1
CAVARZERE 1
CAVASO DEL TOMBA 1
CAZZANO DI TRAMIGNA 1
CEGGIA 1
CENCENIGHE AGORDINO 1
CENESELLI 1
CEREA 1
CEREGNANO 1
CERRO VERONESE 1
CERVARESE SANTA CROCE 1
CESIOMAGGIORE 1
CESSALTO 1
CHIAMPO 1
CHIARANO 1
CHIES D'ALPAGO 1
CHIOGGIA 1
CHIUPPANO 1
CIBIANA DI CADORE 1
CIMADOLMO 1
CINTO CAOMAGGIORE 1
CINTO EUGANEO 1
CISMON DEL GRAPPA 1
CISON DI VALMARINO 1
CITTADELLA 1
CODEVIGO 1
CODOGNE' 1
COGOLLO DEL CENGIO 1
COLLE SANTA LUCIA 1
COLLE UMBERTO 1
COLOGNA VENETA 1
COLOGNOLA AI COLLI 1
COMELICO SUPERIORE 1
CONA 1
CONCAMARISE 1
CONCO 1
CONCORDIA SAGITTARIA 1
CONEGLIANO 1
CONSELVE 1
CORBOLA 1
CORDIGNANO 1
CORNEDO VICENTINO 1
CORNUDA 1
CORREZZOLA 1
CORTINA D'AMPEZZO 1
COSTA DI ROVIGO 1
COSTABISSARA 1
COSTERMANO 1
CREAZZO 1
CRESPADORO 1
CRESPANO DEL GRAPPA 1
CRESPINO 1
CROCETTA DEL MONTELLO 1
CURTAROLO 1
DANTA DI CADORE 1
DOLCE' 1
DOLO 1
DOMEGGE DI CADORE 1
DUE CARRARE 1
DUEVILLE 1
ENEGO 1
ERACLEA 1
ERBE' 1
ERBEZZO 1
ESTE 1
FALCADE 1
FARA VICENTINO 1
FARRA D'ALPAGO 1
FARRA DI SOLIGO 1
FELTRE 1
FERRARA DI MONTE BALDO 1
FICAROLO 1
FIESSO D'ARTICO 1
FIESSO UMBERTIANO 1
FOLLINA 1
FONTANELLE 1
FONTANIVA 1
FONTE 1
FONZASO 1
FORNO DI ZOLDO 1
FOSSALTA DI PIAVE 1
FOSSALTA DI PORTOGRUARO 1
FOSSO' 1
FOZA 1
FRASSINELLE POLESINE 1
FRATTA POLESINE 1
FREGONA 1
FUMANE 1
GAIARINE 1
GAIBA 1
GALLIERA VENETA 1
GALLIO 1
GALZIGNANO TERME 1
GAMBELLARA 1
GAMBUGLIANO 1
GARDA 1
GAVELLO 1
GAZZO 1
GAZZO VERONESE 1
GIACCIANO CON BARUCHELLA 1
GIAVERA DEL MONTELLO 1
GODEGA DI SANT'URBANO 1
GORGO AL MONTICANO 1
GOSALDO 1
GRANCONA 1
GRANTORTO 1
GRANZE 1
GREZZANA 1
GRISIGNANO DI ZOCCO 1
GRUARO 1
GRUMOLO DELLE ABBADESSE 1
GUARDA VENETA 1
IESOLO 1
ILLASI 1
ISOLA DELLA SCALA 1
ISOLA RIZZA 1
ISOLA VICENTINA 1
ISTRANA 1
LA VALLE AGORDINA 1
LAGHI 1
LAMON 1
LASTEBASSE 1
LAVAGNO 1
LAZISE 1
LEGNAGO 1
LEGNARO 1
LENDINARA 1
LENTIAI 1
LIMANA 1
LIMENA 1
LIVINALLONGO DEL COL DI LANA 1
LONGARE 1
LONGARONE 1
LONIGO 1
LOREGGIA 1
LORENZAGO DI CADORE 1
LOREO 1
LORIA 1

Territorialità del comparto manifatturiero del confezionamento di vestiario in pelle
Elenco, per Regione, dei Comuni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Comune	Gruppo
LOZZO ATESTINO	1
LOZZO DI CADORE	1
LUGO DI VICENZA	1
LUSIA	1
LUSIANA	1
MALCESINE	1
MALO	1
MANSUE'	1
MARANO DI VALPOLICELLA	1
MARANO VICENTINO	1
MARCON	1
MARENO DI PIAVE	1
MAROSTICA	1
MARTELLAGO	1
MASER	1
MASERA' DI PADOVA	1
MASERADA SUL PIAVE	1
MASI	1
MASON VICENTINO	1
MASSANZAGO	1
MEDUNA DI LIVENZA	1
MEGLIADINO SAN FIDENZIO	1
MEGLIADINO SAN VITALE	1
MEL	1
MELARA	1
MEOLO	1
MERLARA	1
MESTRINO	1
MEZZANE DI SOTTO	1
MIANE	1
MINERBE	1
MIRA	1
MIRANO	1
MOGLIANO VENETO	1
MOLVENA	2
MONASTIER DI TREVISO	1
MONFUMO	1
MONSELICE	1
MONTAGNANA	1
MONTE DI MALO	1
MONTEBELLO VICENTINO	1
MONTEBELLUNA	1
MONTECCHIA DI CROSARA	1
MONTECCHIO MAGGIORE	1
MONTECCHIO PRECALCINO	1
MONTEFORTE D'ALPONE	1
MONTEGALDA	1
MONTEGALDELLA	1
MONTEGROTTO TERME	1
MONTEVIALE	1
MONTICELLO CONTE OTTO	1
MONTORSO VICENTINO	1
MORGANO	1
MORIAGO DELLA BATTAGLIA	1
MOSSANO	1
MOTTA DI LIVENZA	1
MOZZECANE	1
MUSILE DI PIAVE	1
MUSSOLENTE	1
NANTO	1
NEGRAR	1
NERVESA DELLA BATTAGLIA	1
NOALE	1
NOGARA	1
NOGAROLE ROCCA	1
NOGAROLE VICENTINO	1
NOVE	1
NOVENTA DI PIAVE	1
NOVENTA PADOVANA	1
NOVENTA VICENTINA	1
OCCHIOBELLO	1
ODERZO	1
OPPEANO	1
ORGIANO	1
ORMELLE	1
ORSAGO	1
OSPEDALETTO EUGANEO	1
OSPITALE DI CADORE	1
PADERNO DEL GRAPPA	1
PADOVA	1
PAESE	1
PALU'	1
PAPOZZE	1
PASTRENGO	1
PEDAVENA	1
PEDEMONTE	1
PEDEROBBA	1
PERAROLO DI CADORE	1
PERNUMIA	1
PESCANTINA	1
PESCHIERA DEL GARDA	1
PETTORAZZA GRIMANI	1
PIACENZA D'ADIGE	1
PIANEZZE	1
PIANIGA	1
PIAZZOLA SUL BRENTA	1
PIEVE D'ALPAGO	1
PIEVE DI CADORE	1
PIEVE DI SOLIGO	1
PINCARA	1
PIOMBINO DESE	1
PIOVE DI SACCO	1
PIOVENE ROCCHETTE	1
POIANA MAGGIORE	1
POLESELLA	1
POLVERARA	1
PONSO	1
PONTE DI PIAVE	1
PONTE NELLE ALPI	1
PONTE SAN NICOLO'	1
PONTECCHIO POLESINE	1
PONTELONGO	1
PONZANO VENETO	1
PORTO TOLLE	1
PORTO VIRO	1
PORTOBUFFOLE'	1
PORTOGRUARO	1
POSINA	1
POSSAGNO	1
POVE DEL GRAPPA	1
POVEGLIANO	1
POVEGLIANO VERONESE	1
POZZOLEONE	1
POZZONOVO	1
PRAMAGGIORE	1
PREGANZIOL	1
PRESSANA	1
PUOS D'ALPAGO	1
QUARTO D'ALTINO	1
QUERO	1
QUINTO DI TREVISO	1
QUINTO VICENTINO	1
RECOARO TERME	1
REFRONTOLO	1
RESANA	1
REVINE LAGO	1
RIESE PIO X	1
RIVAMONTE AGORDINO	1
RIVOLI VERONESE	1
ROANA	1
ROCCA PIETORE	1
ROMANO D'EZZELINO	1
RONCA'	1
RONCADE	1
RONCO ALL'ADIGE	1
ROSA'	1
ROSOLINA	1
ROSSANO VENETO	1
ROTZO	1
ROVERCHIARA	1
ROVERE' VERONESE	1
ROVEREDO DI GUA'	1
ROVIGO	1
ROVOLON	1
RUBANO	1
SACCOLONGO	1
SALARA	1
SALCEDO	1
SALETTO	1
SALGAREDA	1
SALIZZOLE	1
SALZANO	1
SAN BELLINO	1
SAN BIAGIO DI CALLALTA	1
SAN BONIFACIO	1
SAN DONA' DI PIAVE	1
SAN FIOR	1
SAN GERMANO DEI BERICI	1
SAN GIORGIO DELLE PERTICHE	1
SAN GIORGIO IN BOSCO	1
SAN GIOVANNI ILARIONE	1
SAN GIOVANNI LUPATOTO	1
SAN GREGORIO NELLE ALPI	1
SAN MARTINO BUON ALBERGO	1
SAN MARTINO DI LUPARI	1
SAN MARTINO DI VENEZZE	1
SAN MAURO DI SALINE	1
SAN MICHELE AL TAGLIAMENTO	1
SAN NAZARIO	1
SAN NICOLO' DI COMELICO	1
SAN PIETRO DI CADORE	1
SAN PIETRO DI FELETTO	1
SAN PIETRO DI MORUBIO	1
SAN PIETRO IN CARIANO	1
SAN PIETRO IN GU	1
SAN PIETRO MUSSOLINO	1
SAN PIETRO VIMINARIO	1
SAN POLO DI PIAVE	1
SAN TOMASO AGORDINO	1
SAN VENDEMIANO	1
SAN VITO DI CADORE	1
SAN VITO DI LEGUZZANO	1
SAN ZENO DI MONTAGNA	1
SAN ZENONE DEGLI EZZELINI	1
SANDRIGO	1
SANGUINETTO	1
SANTA GIUSTINA	1
SANTA GIUSTINA IN COLLE	1
SANTA LUCIA DI PIAVE	1
SANTA MARGHERITA D'ADIGE	1
SANTA MARIA DI SALA	1
SANT'AMBROGIO DI VALPOLICELLA	1
SANT'ANGELO DI PIOVE DI SACCO	1
SANT'ANNA D'ALFAEDO	1
SANT'ELENA	1
SANTO STEFANO DI CADORE	1
SANTO STINO DI LIVENZA	1
SANTORSO	1
SANT'URBANO	1
SAONARA	1
SAPPADA	1
SARCEDO	1
SAREGO	1
SARMEDE	1
SCHIAVON	1
SCHIO	1
SCORZE'	1
SEDICO	1
SEGUSINO	1
SELVA DI CADORE	1
SELVA DI PROGNO	1
SELVAZZANO DENTRO	1
SEREN DEL GRAPPA	1
SERNAGLIA DELLA BATTAGLIA	1
SILEA	1
SOAVE	1
SOLAGNA	1
SOLESINO	1
SOMMACAMPAGNA	1
SONA	1
SORGA'	1
SOSPIROLO	1
SOSSANO	1
SOVERZENE	1
SOVIZZO	1
SOVRAMONTE	1
SPINEA	1
SPRESIANO	1
STANGHELLA	1
STIENTA	1
STRA	1
SUSEGANA	1
TAGLIO DI PO	1
TAIBON AGORDINO	1
TAMBRE	1
TARZO	1
TEGLIO VENETO	1
TEOLO	1
TERRASSA PADOVANA	1
TERRAZZO	1
TEZZE SUL BRENTA	1
THIENE	1
TOMBOLO	1
TONEZZA DEL CIMONE	1
TORRE DI MOSTO	1
TORREBELVICINO	1
TORREGLIA	1
TORRI DEL BENACO	1
TORRI DI QUARTESOLO	1
TREBASELEGHE	1
TRECENTA	1
TREGNAGO	1
TREVENZUOLO	1
TREVIGNANO	1
TREVISO	1
TRIBANO	1
TRICHIANA	1
TRISSINO	1
URBANA	1
VALDAGNO	1
VALDASTICO	1
VALDOBBIADENE	1
VALEGGIO SUL MINCIO	1
VALLADA AGORDINA	1
VALLE DI CADORE	1
VALLI DEL PASUBIO	1
VALSTAGNA	1
VAS	1
VAZZOLA	1
VEDELAGO	1
VEGGIANO	1
VELO D'ASTICO	1
VELO VERONESE	1
VENEZIA	1
VERONA	1
VERONELLA	1
VESCOVANA	1
VESTENANOVA	1
VICENZA	1
VIDOR	1
VIGASIO	1
VIGHIZZOLO D'ESTE	1
VIGO DI CADORE	1
VIGODARZERE	1
VIGONOVO	1
VIGONZA	1
VILLA BARTOLOMEA	1
VILLA DEL CONTE	1
VILLA ESTENSE	1
VILLADOSE	1
VILLAFRANCA DI VERONA	1
VILLAFRANCA PADOVANA	1
VILLAGA	1
VILLAMARZANA	1
VILLANOVA DEL GHEBBO	1
VILLANOVA DI CAMPOSAMPIERO	1
VILLANOVA MARCHESANA	1
VILLAVERLA	1
VILLORBA	1
VITTORIO VENETO	1
VO	1
VODO CADORE	1
VOLPAGO DEL MONTELLO	1
VOLTAGO AGORDINO	1
ZANE'	1
ZENSON DI PIAVE	1
ZERMEGHEDO	1
ZERO BRANCO	1
ZEVIO	1
ZIMELLA	1
ZOLDO ALTO	1
ZOPPE' DI CADORE	1
ZOVENCEDO	1
ZUGLIANO	1

ALLEGATO 2

Nota tecnica della territorialità del commercio a livello provinciale e regionale

1. LA TERRITORIALITÀ DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE E REGIONALE

Obiettivo dell'analisi è individuare, a livello provinciale e regionale, aree territoriali omogenee in base alle caratteristiche della rete distributiva - in rapporto al suo grado di modernizzazione e di copertura dei servizi di prossimità - ed alle caratteristiche dello sviluppo socio-economico del territorio, definito dal grado di benessere, dal livello di qualificazione professionale e dalla struttura economica.

Per l'individuazione di tali aree territoriali omogenee si sono considerati i raggruppamenti ottenuti con lo studio relativo alla territorialità del commercio a livello comunale[1] e si è assegnata ogni provincia, o regione, al gruppo che presenta le caratteristiche più simili, in rapporto agli stessi indicatori utilizzati per la definizione dei gruppi a livello comunale.

Il percorso metodologico è il seguente:

- scelta del set di indicatori - si tratta degli stessi utilizzati nello studio della territorialità del commercio a livello comunale - che permettono di cogliere gli aspetti precedentemente esposti;
- Analisi Discriminante[2] per l'identificazione di aree territoriali omogenee rispetto a tali indicatori.

La provincia (o la regione) viene assegnata all'area territoriale che presenta le caratteristiche più simili in termini di:

- copertura dei servizi di prossimità della rete distributiva,
- modernizzazione della rete distributiva,

---

[1] I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nel D. M. – Finanze – 30 marzo 1999 allegato 2, G.U. 31 marzo 1999, n. 75, Suppl. Ord. n.61.
[2] L'obiettivo dell'analisi discriminante è quello di assegnare un'osservazione ad uno dei gruppi omogenei già individuati, minimizzando il rischio di un'errata classificazione.

- grado di benessere,
- livello di scolarizzazione,
- struttura economica.

In tale modo, all'interno di ogni area territoriale, i comuni, le province e le regioni presentano caratteristiche simili in termini di sviluppo socio-economico e di struttura della rete distributiva.

Queste tre ripartizioni in aree territoriali omogenee (a livello comunale, provinciale e regionale) consentono di misurare l'influenza dell'ambiente economico in cui le imprese operano, in funzione dell'area di svolgimento dell'attività.

Nell'Allegato 2.A viene riportato l'elenco, per Regione, delle Province e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza.

Nell'Allegato 2.B viene riportato l'elenco delle Regioni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza.

ALLEGATO 2.A

Elenco, per Regione, delle Province e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Territorialità del Commercio
Elenco, per Regione, delle Province e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

REGIONE ABRUZZI

CHIETI	2
L'AQUILA	2
PESCARA	2
TERAMO	2

REGIONE BASILICATA

MATERA	4
POTENZA	1

REGIONE CALABRIA

CATANZARO	1
COSENZA	1
CROTONE	1
REGGIO CALABRIA	1
VIBO VALENTIA	1

REGIONE CAMPANIA

AVELLINO	4
BENEVENTO	4
CASERTA	4
NAPOLI	4
SALERNO	4

REGIONE EMILIA ROMAGNA

BOLOGNA	5
FERRARA	6
FORLI'-CESENA	5
MODENA	5
PARMA	5
PIACENZA	5
RAVENNA	6
REGGIO EMILIA	5
RIMINI	5

REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA

GORIZIA	6
PORDENONE	6
TRIESTE	5
UDINE	6

REGIONE LAZIO

FROSINONE	2
LATINA	2
RIETI	2
ROMA	5
VITERBO	2

REGIONE LIGURIA

GENOVA	5
IMPERIA	2
LA SPEZIA	3
SAVONA	5

REGIONE LOMBARDIA

BERGAMO	3
BRESCIA	6
COMO	3
CREMONA	3
LECCO	3
LODI	3
MANTOVA	5
MILANO	5
PAVIA	3
SONDRIO	3
VARESE	3

REGIONE MARCHE

ANCONA	6
ASCOLI PICENO	2
MACERATA	6
PESARO E URBINO	6

REGIONE MOLISE

CAMPOBASSO	4
ISERNIA	4

Territorialità del Commercio
Elenco, per Regione, delle Province e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

REGIONE PIEMONTE

ALESSANDRIA	6
ASTI	3
BIELLA	5
CUNEO	3
NOVARA	6
TORINO	5
VERBANO-CUSIO-OSSOLA	3
VERCELLI	6

REGIONE PUGLIA

BARI	2
BRINDISI	4
FOGGIA	4
LECCE	4
TARANTO	4

REGIONE SARDEGNA

CAGLIARI	4
NUORO	4
ORISTANO	4
SASSARI	2

REGIONE SICILIA

AGRIGENTO	4
CALTANISSETTA	1
CATANIA	4
ENNA	1
MESSINA	2
PALERMO	4
RAGUSA	4
SIRACUSA	4
TRAPANI	4

REGIONE TOSCANA

AREZZO	3
FIRENZE	5
GROSSETO	2
LIVORNO	6
LUCCA	5
MASSA CARRARA	2
PISA	6
PISTOIA	5
PRATO	5
SIENA	5

REGIONE TRENTINO ALTO ADIGE

BOLZANO	3
TRENTO	6

REGIONE UMBRIA

PERUGIA	3
TERNI	2

REGIONE VALLE D'AOSTA

AOSTA	5

REGIONE VENETO

BELLUNO	6
PADOVA	6
ROVIGO	6
TREVISO	6
VENEZIA	6
VERONA	6
VICENZA	6

ALLEGATO 2.B

Elenco delle Regioni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

Territorialità del Commercio
Elenco delle Regioni e dei relativi gruppi territoriali di appartenenza

ABRUZZO	2
BASILICATA	1
CALABRIA	1
CAMPANIA	4
EMILIA ROMAGNA	5
FRIULI VENEZIA GIULIA	6
LAZIO	3
LIGURIA	3
LOMBARDIA	5
MARCHE	6
MOLISE	4
PIEMONTE	5
PUGLIA	4
SARDEGNA	4
SICILIA	4
TOSCANA	3
TRENTINO ALTO ADIGE	6
UMBRIA	3
VALLE D'AOSTA	5
VENETO	6

01A2368

DOMENICO CORTESANI, *direttore*

FRANCESCO NOCITA, *redattore*
ALFONSO ANDRIANI, *vice redattore*

(4651365/1) Roma, 2001 - Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato - S.